

20

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ:



Директор института

Петровичева Е.М.

06 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
РЕКЛАМА, PR И GR В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

направление подготовки / специальность
51.03.01 Культурология

направленность (профиль) подготовки
Культурология

г. Владимир

2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», знаний о рекламе, PR и GR как области распространения культурных ценностей, о механизмах культурной политики, принципах и методах управления в сфере культуры.

Задачи:

1. Сформировать у студентов умение ориентироваться в литературе по рекламе; изучение круга проблем, связанных с формированием культурной политики, с принципами эффективной организации и управления предприятиями в сфере культуры.
2. Сформировать представления о стратегии и тактике бизнеса в сфере культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Реклама, PR и GR в сфере культуры» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательного процесса.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-2. Способен разрабатывать различные типы проектов в области культуры и искусства	<p>ПК-2.1. Знает историю культуры и историю искусств, современное искусство, специфику современных культурных процессов.</p> <p>ПК-2.2. Умеет разрабатывать проекты в области культуры и искусства с различными содержательными параметрами.</p> <p>ПК-2.3. Владеет навыками обработки теоретического содержания дисциплин гуманитарного цикла, навыками соединения аналитической и практической деятельности в создании культурного продукта.</p>	<p>Знает основы искусства, культурных процессов.</p> <p>Умеет разрабатывать проекты.</p> <p>Владеет навыками обработки теоретического материала.</p>	<p>Рейтинговые задания</p> <p>Задания для самостоятельной работы</p> <p>Доклады</p>
ПК-3. Способен разрабатывать и	ПК-3.1 . Знает границы практического применения знаний в	Знает основы практического применения знаний в	<p>Рейтинговые задания</p> <p>Задания для</p>

<p>реализовывать культурно-просветительские, образовательные, художественно-творческие, другие программы в области культуры и искусства</p>	<p>области культурологии в культурно-досуговой, культурно-просветительской, художественно-творческой, других видах деятельности. ПК-3.2. Умеет разрабатывать культурно-досуговые, образовательные, художественно-творческие, другие программы с заданными параметрами в области культуры и искусства, проработать этапы практической реализации разработанных программ. ПК-3.3. Владеет навыками разработки и доработки различных программ; навыками реализации существующих программ; навыками практической коммуникативной, психолого-педагогической деятельности.</p>	<p>области культурологии. Умеет разрабатывать программы. Владеет навыками разработки и реализации программ.</p>	<p>самостоятельной работы Доклады</p>
---	--	---	---

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником	Самостоятельна	Формы текущего контроля успеваемости,
-------	--	---------	-----------------	---	----------------	---------------------------------------

				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической		форма промежуточно й аттестации (по семестрам)
1	Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.	7	1	2	2		2	5	
2	Раздел 1. Реклама в социально-культурной сфере	7	2-8	4	8		2	7	Рейтинг-контроль 1
3	Раздел 2. PR-технологии в социально-культурной сфере.	7	9-12	4	10		3	5	Рейтинг-контроль 2
4	Раздел 3. GR-технологии в социально-культурной сфере	7	13-15	4	8		2	5	
5	Раздел 4. Организация и проведение мероприятий PR и GR в сфере культуры.	7	16-18	4	8		4	5	Рейтинг-контроль 3
Всего за 7 семестр:		7	1-18	18	36		13	27	Экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине		7	18	18	36		13	27	Экзамен (27)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

1. Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.

Раздел 1. Реклама в социально-культурной сфере

Тема 1. Понятие и виды рекламы. Когнитивная, поведенческая и эмоциональная сторона рекламы. Экономический и психологический результат рекламной деятельности. Глобальная и кросскультурная стратегии рекламной деятельности.

Тема 2. Практика рекламы. Рекламные технологии как средство продвижения социально- культурных проектов. Символы и архетипы мировой культуры как инструменты создания эффективной рекламы. Архетипические образы и сюжеты в рекламе. Роль символа в рекламной коммуникации. Модель рекламного символа, его многозначность. Антропологические, социальные и культурные символы, механизмы их воздействия на потребителя рекламы

Раздел 2. PR-технологии в социально-культурной сфере.

Тема 1. PR: каналы коммуникации и формы подачи информации. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации. Новостная ценность информации, приемы и способы ее конструирования. Возможности управления новостной ценностью информации в сфере культуры.

Тема 2. Практика продвижения социально-культурных проектов. Программный подход к управлению PR-деятельностью.

Управление PR-кампанией. Использование программного подхода в центральных и провинциальных учреждениях сферы культуры: положение дел, возможности, преимущества и

недостатки. Разработка PR кампании в организации сферы культуры Оценка эффективности PR-кампаний.

Раздел 3. GR-технологии в социально-культурной сфере

Тема 1. Понятие и виды GR.

Тема 2. Основные подходы к управлению PR-деятельностью.

Раздел 4. Организация и проведение мероприятий PR и GR в сфере культуры.

Тема 1. Пресс-конференция и брифинг, презентация, пресс-тур, прием, день открытых дверей, круглый стол и дискуссия, выставка, специальные события, спонсорство.

Тема 2. Современные технологии связей с общественностью.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.

Раздел 1. Реклама в социально-культурной сфере

Тема 1. Реклама: понятие, виды и средства. Законы рекламы. Цели рекламы. Целевые группы воздействия рекламы. Характеристика основных видов рекламы: имидж-рекламы, стимулирующей рекламы, рекламы стабильности, внутрифирменной рекламы, рекламы в целях расширения сбыта продукции, увещательной рекламы, сравнительной рекламы, напоминающей рекламы, подкрепляющей рекламы, информирующей рекламы, превентивной рекламы.

Тема 2. Имидж и фирменный стиль учреждения культуры. Определение понятий «имидж» и «фирменный стиль». Требования к имиджу учреждения культуры. Основные характеристики фирменного стиля. Порядок заказа фирменного стиля. Признаки привлекательности фирменного стиля. Фирменный блок. Эмблема учреждения культуры. Требования к логотипу, основные принципы использования. Слоган – девиз рекламного сообщения. Правила написания слоганов для социально-культурной сферы.

Раздел 2. PR-технологии в социально-культурной сфере.

Тема 1. PR: Общие положения и подходы к определению "Public Relations". Базовые англоязычные термины, связанные с технологиями PR. Основные теоретические подходы и концепции, лежащие в основе PR-технологий. PR как систематическая деятельность. Задачи, решаемые PR в сфере культуры, в отношении культурного продукта.

Тема 2. Лидеры мнений, социальные сети. Слухи, их особенности и факторы распространения, управление слухами. Перформансы, акции, невербальная коммуникация. Интернет-порталы «Культура России», «Музеи России», сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов. Использование каналов коммуникации для целей PR в сфере культуры: традиции и расширение возможностей. Организация PR-коммуникации со СМИ. PR-тексты.

Раздел 3. GR-технологии в социально-культурной сфере

Тема 1. Понятие Government Relations. Место GR в системе коммуникативного менеджмента. Особенности GR как формы интегрированных коммуникаций. GR и PA (Public Affairs): сходства и различия. GR и PR: сходства и различия.

Тема 2. Роль СМИ в GR коммуникациях (media-relations). Концепция "ключевых сообщений" в GR-коммуникации. Особенности GR-коммуникации в интернете.

Раздел 4. Организация и проведение мероприятий PR и GR в сфере культуры.

Тема 1. Причины появления новых технологий в PR-деятельности: экономические причины, изменения медиарынка, изменение моделей поведения общественности, изменения в технологиях. Мобильный маркетинг

Тема 2. Современные технологии информационного PR. Пресс-релиз в сети Интернет, блоггинг. Новые технологии PR.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Рейтинг-контроль №1

Тема: Коммуникативное пространство как сфера деятельности PR

1. Понятие коммуникации. Элементы, входящие в коммуникацию, их характеристика.
2. Виды каналов коммуникации.
3. Пресс-конференция, круглый стол, клуб друзей, коллективные действия как формы возможные формы PR-коммуникации учреждений культуры.

Рейтинг-контроль №2

Тема: Организация PR-коммуникации со СМИ.

1. Работа со СМИ. Формы подачи информации (пресс-справка, пресс-релиз, пресс-пакет) Правила оформления информации Принципы сотрудничества с представителями СМИ База данных СМИ. Медиа-карта и ее составные элементы.

Практическое задание (выполнение в тетради/ в виде презентаций):

1. Составьте досье на местные средства массовой информации (газеты/радио/телеканал) освещающие культурные мероприятия.
2. Представление и анализ материалов.

Рейтинг-контроль № 3

Тема: Проектная деятельность

1. Задание 1. Предложите варианты надписей на билдбордах, призывающих жителей и гостей города посетить музеи (музей) г. Владимира с учетом различной аудитории. Смоделируйте предварительный анализ: целевая аудитория обращения; ее демографические характеристики; распределение приоритетных групп в целевой аудитории (индекс приоритетности каждой выделенной группы); их интересы и ценности; их потенциальная выгода.

2. Задание 2. Представьте макет объявления об открытии выставки в одном из музеев. Учитывайте принципы эффективной коммуникации. Подготовить вариант объявления-приглашения, выполненный в любом формате. При разработке сообщения обязательно должны быть: определены и обоснованы цели сообщения; обоснован выбор целевой аудитории; обоснован выбор канала, по которому распространяется сообщение, дано его описание характеристика (широта охвата аудитории, нацеленность, стоимость и скорость прохождения информации) и оценка эффективности положительные и отрицательные стороны); обоснованы стилистика, цветовая гамма и дизайн сообщения. в сообщении, его стилистике, подаче, каналах коммуникации, используйте операции присоединения, отстройки, изменения отношения; позиционирование.

5.2. Промежуточная аттестация

Вопросы к экзамену:

1. Реклама как маркетинговая коммуникация.
2. Европейская культурно-зрелищная реклама конца XIX – начала XX века.

3. Современное состояние рынка рекламных услуг в мире.
4. История рекламы в России.
5. Реклама: понятие, виды и средства.
6. Законы и цели рекламы.
7. Целевые группы воздействия рекламы.
8. Характеристика основных видов рекламы.
9. Когнитивная, поведенческая и эмоциональная сторона рекламы.
10. Экономический и психологический результат рекламной деятельности.
11. Понятие бренда и технологии брендинга.
12. Рекламное обращение: формы и методы его создания.
13. Типология рекламных обращений.
14. Рекламный текст и его особенности.
15. Символы и архетипы мировой культуры в рекламе.
16. Дизайн интерьера учреждения культуры.
17. Художественное оформление зрелищных социально-культурных мероприятий.
18. Имидж и фирменный стиль учреждения культуры.
19. Варианты организации рекламной деятельности учреждения культуры.
20. PR и GR как модель коммуникации.
21. СМИ, их типы, стратегия и тактика использования в PR в сфере культуры.
22. Организация работы со СМИ в сфере культуры: медиа-карта, медиа планирование.
23. Основные виды мероприятий с участием СМИ в сфере культуры.
24. Новостной менеджмент в сфере культуры: этапы новостного менеджмента, спин и его использование, механизмы управления новостной информацией.

5.3. Самостоятельная работа студента по дисциплине «Реклама, PR и GR в сфере культуры» включает в себя следующие виды деятельности:

1. Корпоративный имидж, элементы корпоративного имиджа, модель корпоративного имиджа А.Н.Чумикова, специфика в сфере культуры.
2. Элементы визуальной идентификации, специфика в сфере культуры: корпоративный стиль, дресс-код, бренд и бренд-бук.
3. Механизмы и этапы создания корпоративного имиджа, специфика в сфере культуры.
4. Кризис, типология кризисов и их предотвращение, специфика в сфере культуры.
5. Управление PR в условиях кризиса, специфика в сфере культуры.
6. PR-кампания и её составляющие: программный подход. Стратегия и тактика информационных кампаний, составные элементы ее организации.
7. Разработка программы PR-кампании для организации сферы культуры. Этапы разработки.
8. Разработка плана PR-мероприятий в организации.
9. Оценка эффективности PR-кампаний: проблемы оценки эффективности PR, коэффициент EAV, методика Г. Тульчинского.
10. Фандрайзинг в PR-деятельности в сфере культуры.
11. Процедурные технологии PR-деятельности в сфере культуры.

Контроль за выполнением самостоятельной работы выполняется в рамках практических занятий, промежуточного и текущего контролей.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература*		
1. Юдина, А.И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности : учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень) выпускника «магистр» / А.И. Юдина. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. - 127 с. - ISBN 978-5-8154-0425-0.	2018	https://znanium.com/catalog/product/1041238
2. Ореховская, Н. А. Социальные коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 224 с.: ил.;- (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-387-9.	2019	https://znanium.com/catalog/product/996152
3. Черкашина, Т. Т. Язык деловых межкультурных коммуникаций : учебник / под ред. Т.Т. Черкашиной. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 368 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://new.znanium.com]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/22224 . - ISBN 978-5-16-012114-7.	2019	https://znanium.com/catalog/product/1039260
Дополнительная литература		
1. Управление качеством социально-культурной деятельности : практикум по дисциплине для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / сост. А. С. Тельманова. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. - 51 с. - ISBN 978-5-8154-0473-1.	2018	https://znanium.com/catalog/product/1154363
2. Черняк, Е. Ф. Рекламно-презертационная деятельность в праздничных формах культуры : курс лекций для обучающихся по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Е. Ф. Черняк ; Кемеров. гос. ин-т культуры. - Кемерово:	2019	https://znanium.com/catalog/product/1154371

Кемеров. гос. ин-т культуры, 2019. - 160 с. - ISBN 978-5-8154-0489-2.		
3. Романов, Е. В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Е. В. Романов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 160 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005135-2.	2019	https://znanium.com/catalog/product/994456

6.2. Периодические издания


1. Журнал «Время рекламы». - 2018-2020.
2. Журнал «Практика рекламы». – 2018 – 2020.

6.3. Интернет-ресурсы

1. www.PR-life.ru
2. www.rwr.ru
3. www.reklama-region.com

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


Для реализации данной дисциплины имеются специально оборудованные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Практические работы проводятся в мультимедийной аудитории 216а-2. Имеется необходимое для обучения лицензионное программное обеспечение, демонстрационные приборы, мультимедийные средства.

Рабочую программу составил к.и.н., доцент Соловьева В.В. 
(ФИО, подпись)


Рецензент
(представитель работодателя)

Ин. ред. ВСШБ ЗР / Сарнова З.Н.1
(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Истории, археологии и краеведения
Протокол № 8 от 24.06.21 года

Заведующий кафедрой Тихонов А.К. 
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 51.03.01 «Культурология»

Протокол № 8 от 24.06.21 года
Председатель комиссии Тихонов А.К. 
(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

Реклама, PR и GR в сфере культуры

образовательной программы направления подготовки 51.03.01 «Культурология»,

направленность: *бакалавриат*

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель Ф.И.О.	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Заведующий кафедрой _____ / _____

*Подпись**Ф.И.О.*