

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Гуманитарный институт
Кафедра философии, культурологии и социологии

УТВЕРЖДАЮ:
И.о. директора ИГГУМ
Институт Д.Е. Крапчунов
« 18 » марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА PR В КУЛЬТУРЕ

по направлению подготовки
51.04.01 Культурология
направленности (профилю)
Креативные индустрии

СОГЛАСОВАНО:
Начальник отдела обеспечения
деятельности ИГУМ
Т.В.Евлаш
« 18 » марта 2024 г.

РАЗРАБОТАЛ:
Профессор кафедры ФКС
А.Г.Некита
« 18 » марта 2024 г.
Принято на заседании кафедры
Протокол № 9 от « 18 » 03 2024 г.
Заведующий кафедрой ФКС
С.А. Маленко
« 18 » марта 2024 г.

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины «Теория и практика PR».

Цель освоения учебной дисциплины:

формирование универсальных и предметно-специализированных компетенций, определяющих способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла и проводить культурологические исследования

Задачи учебной дисциплины:

а) сформировать способствовать у обучающихся осуществлять коммуникацию в профессиональной сфере;

б) сформировать способствовать у обучающихся организовывать исследовательские и проектные работы в области культуроведения и социокультурного проектирования;

в) сформировать способствовать у обучающихся применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;

г) сформировать способствовать у обучающихся анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

2 Место учебной дисциплины «Теория и практика PR» в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 51.04.01 Культурология, направленность (профиль) Креативные индустрии. В качестве входных требований выступают сформированные ранее компетенции обучающихся, приобретенные ими в рамках следующих дисциплин (практик): Культурная идентичность и межкультурные коммуникации на иностранном языке, Методология, методы изучения и преподавания культурологии, Современная практика социокультурного проектирования в учреждениях культуры, Современные междисциплинарные исследования культуры, Современные российские социокультурные исследования, Философия, социология и педагогика культуры, Креативные индустрии в культуре, Массовая коммуникация и массовая культура, Социокультурные, педагогические и психологические основания досуга, Управление в социокультурной и образовательной сфере, Практика учебная и при написании ВКР.

3 Требования к результатам освоения учебной дисциплины «Теория и практика PR»

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения учебной дисциплины:

Универсальные компетенции:

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1 Способен организовывать исследовательские и проектные работы в области культуроведения и социокультурного проектирования

Профессиональные компетенции:

ПК-2 Способен осуществлять коммуникацию в профессиональной сфере

Результаты освоения учебной дисциплины «Теория и практика PR»

Код и наименование компетенции	Результаты освоения учебной дисциплины (индикаторы достижения компетенций)
--------------------------------	--

<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1 Знать различные типы письменных и устных текстов на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия;</p>	<p>УК-4.2 Уметь участвовать в процессах профессиональной коммуникации на русском и иностранном языке, в том числе с применением современных коммуникативных технологий; выявлять и устранять языковые ошибки;</p>	<p>УК-4.3 Владеть навыками представления результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участия в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке</p>
<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1 Знать социокультурные параметры различных групп и общностей и социокультурный контекст взаимодействия;</p>	<p>УК-5.2 Уметь выстраивать социокультурную коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста;</p>	<p>УК-5.3 Владеть навыками организации профессионального взаимодействия в мультикультурной среде</p>
<p>ОПК-1 Способен организовывать исследовательские и проектные работы в области культуроведения и социокультурного проектирования</p>	<p>ОПК-1.1 Знать проблемное поле, цели, задачи, рамки исследовательской и проектной деятельности, возможные этапы, сценарии, технологии, деятельности, исходя из социокультурной ситуации, имеющихся ресурсов, возможных результатов деятельности и последствий реализации различных сценариев;</p>	<p>ОПК-1.2 Уметь распределять последовательность и виды работ, определять временные и другие рамки исследовательской и проектной деятельности;</p>	<p>ОПК-1.3 Владеть навыками координации и контроля результативности и эффективности рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточных этапах, корректировки исследовательской и проектной деятельности в случае необходимости</p>
<p>ПК-2 Способен осуществлять коммуникацию в профессиональной сфере</p>	<p>ПК-2.1 Применять правила и нормы социокультурной (в том числе профессиональной) коммуникации в различных</p>	<p>ПК-2.2 Готовить и транслировать различные типы устных и письменных текстов в соответствии с ситуацией профессионального</p>	<p>ПК-2.3 Осуществлять интерактивную коммуникацию: озвучивать и аргументировать свою позицию, проводить</p>

	социокультурных ситуациях и контекстах, использовать современные средства массовой коммуникации и возможности массовой культуры;	взаимодействия, профессиональными целями и задачами;	переговоры, вести профессиональную дискуссию, осуществлять коммуникацию в других формах,
--	--	--	--

4 Структура и содержание учебной дисциплины «Теория и практика PR»

4.1 Трудоемкость учебной дисциплины «Теория и практика PR»

для очной формы обучения

Части учебной дисциплины	Всего	Распределен ие по семестрам
		4 семестр
1. Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) в зачетных единицах (ЗЕТ)	4	4
2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)	54	54
3. Курсовая работа/курсовой проект (АЧ) <i>(при наличии)</i>	-	-
4. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)	54	54
Промежуточная аттестация - Экзамен	36	36

4.2 Содержание учебной дисциплины «Теория и практика PR».

Тема 1. Public relations как наука об управлении общественным мнением

Public Relations: основные понятия и определения. Пять основных целей и составляющие PR. Функции Public Relations. Основные направления деятельности по связям с общественностью.

Тема 2 Public relations в системе маркетинговых коммуникаций

Коммуникация: основные понятия и определения. Теория коммуникации. Основные законы коммуникации. Маркетинг и Public Relations. Место связей с общественностью в комплексе маркетинга. PR-аудитория: теория публики Дж. Грунига, типология PR-аудитории Д. Рисмена. Целевая группа воздействия: характеристики, идентифицирующие целевую аудиторию. Уровни восприятия (система AIDA).

Тема 3. Планирование и организация проведения PR-компаний

PR – кампания: основные определения, задачи и методы достижения целей. Отличие PR-кампании от рекламной кампании. Типы PR-кампаний. Принципы и характеристики успешной кампании. Организационные формы управления Public Relations. Формирование бюджета Public Relations.

Тема 4. Управление системой Public relations

Public Relations как функция менеджмента. Менеджмент PR. Структура PR-концепции.

Планирование PR-деятельности. Стратегии решения проблем (RACE, ROPE). Кризисное управление и PR.

Тема 5. Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации

Факторы, определяющие выбор СМИ. Медиапланирование. Принципы PR-взаимодействия с прессой: пресс-конференция, выступление по радио, телевидению. Базовые PR-документы в работе со СМИ. Философия взаимоотношений с масс-медиа

4.3 Трудоемкость разделов учебной дисциплины «Теория и практика PR» и контактной работы

Трудоемкость разделов учебной дисциплины для очной формы обучения

№	Наименование разделов (тем) учебной дисциплины (модуля), УЭМ, наличие КП/КР	Контактная работа (в АЧ)				Внеауд. СРС (в АЧ)	Формы текущего контроля
		Аудиторная			В т.ч. СРС		
		ЛЕК	ПЗ	ЛР			
1	Тема 1. Public relations как наука об управлении общественным мнением	3	6		1	10	Доклад-презентация
2	Тема 2 Public relations в системе маркетинговых коммуникаций	3	6		1	11	Д/З 1
3	Тема 3. Планирование и организация проведения PR-компаний	4	8		1	11	Д/З 2
4	Тема 4. Управление системой Public relations	4	8		2	11	Д/З 3
5	Тема 5. Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации	4	8		2	11	Д/З 4
<i>Промежуточная аттестация</i>		<i>Экзамен</i>					
ИТОГО		18	36		7	54	

4.4 Лабораторные работы и курсовые работы/курсовые проекты

4.4.1 Перечень тем лабораторных работ:

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

4.4.2 Примерные темы курсовых работ/курсовых проектов:

Курсовые работы/курсовые проекты не предусмотрены учебным планом.

5 Методические рекомендации по организации освоения учебной дисциплины «Теория и практика PR»

Методические рекомендации по организации лекций

№	Темы лекционных занятий (форма проведения)	Трудоемкость в АЧ
---	--	-------------------

1.	Public relations как наука об управлении общественным мнением (Информационная лекция).	3
2.	Public relations в системе маркетинговых коммуникаций (лекция-презентация).	3
3.	Планирование и организация проведения PR-компании (информационная лекция).	4
4.	Управление системой Public relations (лекция-дискуссия).	4
5.	Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации (проблемная лекция).	4
	ИТОГО	18

Методические рекомендации по организации практических занятий

№	Темы практических занятий (форма проведения)	Трудоемкость в АЧ
1.	Public relations как наука об управлении общественным мнением (проблемный семинар).	6
2.	Public relations в системе маркетинговых коммуникаций (работа в группе).	6
3.	Планирование и организация проведения PR-компании (работа в группе).	8
4.	Управление системой Public relations (работа в группе).	8
5.	Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации (работа в группе).	8
	ИТОГО	36

6 Фонд оценочных средств учебной дисциплины

Фонд оценочных средств представлен в Приложении А.

7 Условия освоения учебной дисциплины

7.1 Учебно-методическое обеспечение

Учебно-методического обеспечение учебной дисциплины представлено в Приложении Б.

7.2 Материально-техническое обеспечение

№	Требование к материально-техническому обеспечению	Наличие материально-технического оборудования	
1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	аудитория для проведения лекционных и практических занятий: учебная мебель (столы, стулья, доска)	
		помещения для самостоятельной работы (наличие компьютера, выход в Интернет)	
2.	Мультимедийное оборудование	проектор, компьютер, экран	
3.	Программное обеспечение		
	Наименование программного продукта	Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
	Content Reader PDF 15 Business Версия для скачивания (годовая лицензия с академической скидкой)	Договор №ЗКС/260	31.10.2023
	Антиплагиат. Вуз.*	Договор №05//ЕП(У)24-ВБ	18.01.2024

MS Office 365	Безвозмездно передаваемое ВУЗам	-
Adobe Acrobat	свободно распространяемое	-
Teams	Входит в состав MSOffice 365	-
Skype	свободно распространяемое	-
Zoom	свободно распространяемое	-
"Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Education Renewal. 250-499Node I yearLicense" /1 год*	Договор №294/ЕП(У)25-ВБ	13.09.2023
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel- x86 64-0-14211	09.12.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel- x86 64-0-12617	21.11.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-max- x86 64-0-11416	26.10.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel- x86 64-0-9651	28.09.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base- x86 64-0-8801	07.09.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base- x86 64-0-8590	01.09.2022
В образовательном процессе могут быть использованы платформы дистанционного синхронного взаимодействия Яндекс Телемост*		

* отечественное производство

Приложение А
(обязательное)

**Фонд оценочных средств
учебной дисциплины «Теория и практика PR»**

1 Структура фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств состоит из двух частей:

а) открытая часть - общая информация об оценочных средствах (название оценочных средств, проверяемые компетенции, баллы, количество вариантов заданий, методические рекомендации для применения оценочных средств и пр.), которая представлена в данном документе, а также те вопросы и задания, которые могут быть доступны для обучающегося;

б) закрытая часть - фонд вопросов и заданий, которая не может быть заранее доступна для обучающихся (вопросы к контрольной работе, коллоквиуму и пр.) и которая хранится на кафедре.

2 Перечень оценочных средств текущего контроля и форм промежуточной аттестации

Перечень оценочных средств

№	Оценочные средства для текущего контроля	Разделы (темы) учебной дисциплины	Баллы	Проверяемые компетенции
	Доклад-презентация	Public relations как наука об управлении общественным мнением	30	
	Д/З 1-4	Public relations в системе маркетинговых коммуникаций Планирование и организация проведения PR-компаний Управление системой Public relations Управление коммуникативными событиями и средствами массовой информации	30*4	УК-4 УК-5 ОПК-1 ПК-2
<i>Промежуточная аттестация</i>				
	Экзамен		50	
	ИТОГО		200	

Рекомендации к использованию оценочных средств

1 – Доклад-презентация

Критерии оценки	Количество вариантов задания
Логичная структура доклада, наличие выводов	по количеству студентов
Обобщение и охват материала по изучаемой теме	
Самостоятельность, оригинальность и креативность при подготовке доклада	
Владение знаниями, категориями, концепциями в области рекреативных технологий	
Использование возможностей презентации для максимального воздействия на аудиторию (в том числе владение техническими возможностями программы POWER POINT) при представлении доклада	

Качество и количество привлеченных источников	
---	--

Возможные темы для докладов:

- Агентства, PR-отделы и совместные решения
- Методы, инструменты и тактика
- Таргетинг
- Каналы коммуникации
- Раскрутка
- Спин-доктор

2 – Домашнее задание

Критерии оценки	Количество вариантов заданий
Проявил самостоятельность и оригинальность	По количеству студентов
Продемонстрировал владение основными навыками при выполнении домашнего задания	
Продемонстрировал умение подбирать научную и учебную литературу по теме, проводить необходимые исследования;	
Показал знание методов обработки, анализа и структурирования материала;	
Проявил самостоятельность и оригинальность при представлении задания;	
Сумел аргументированно ответить на все вопросы и рекомендации слушателей;	

Д/З 1

Сформулировать предмет PR-компания, определить целевую группу воздействия.

Д/З 2

Сформулировать предмет PR-компания и сформировать бюджет Public Relations.

Д/З 3

Сформулировать предмет PR-компания и создать план PR-компания.

Д/З 4

Сформулировать предмет PR-компания и провести пресс-конференцию. Результат записать на видео.

3 – Экзамен

Критерии оценки	Количество вариантов заданий	Количество вопросов
Количество правильных ответов	20	40
Использование культурологической терминологии		
Наличие собственной точки зрения		
Демонстрация знания Public relations технологий в социокультурной сфере		

примерные вопросы для подготовки к экзамену:

1. Public Relations: основные понятия и определения.
2. Пять основных целей и составляющие PR.
3. Функции Public Relations.

4. Основные направления деятельности по связям с общественностью.
5. Теория коммуникации.
6. Основные законы коммуникации.
7. Маркетинг и Public Relations.
8. Место связей с общественностью в комплексе маркетинга.
9. PR-аудитория: теория публики Дж. Грунига, типология PR-аудитории Д. Рисмена.
10. Целевая группа воздействия: характеристики, идентифицирующие целевую аудиторию.
11. Уровни восприятия (система AIDA).
12. PR – кампания: основные определения, задачи и методы достижения целей.
13. Отличие PR-кампании от рекламной кампании.
14. Типы PR-кампаний.
15. Принципы и характеристики успешной кампании.
16. Организационные формы управления Public Relations.
17. Формирование бюджета Public Relations.
18. Public Relations как функция менеджмента.
19. Менеджмент PR.
20. Структура PR-концепции.
21. Планирование PR-деятельности.
22. Стратегии решения проблем (RACE, ROPE).
23. Кризисное управление и PR.
24. Факторы, определяющие выбор СМИ.
25. Медиапланирование.
26. Принципы PR-взаимодействия с прессой: пресс-конференция, выступление по радио, телевидению.
27. Базовые PR-документы в работе со СМИ.
28. Философия взаимоотношений с масс-медиа

Пример экзаменационного билета:

**Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого
Кафедра философии, культурологии и социологии**

Экзаменационный билет № 1

Учебная дисциплина «Теория и практика PR»

**Для направления подготовки 51.04.01 Культурология, направленность
(профиль) Креативные индустрии**

- 1 Сущность рекреативных технологий. Их место в социокультурной деятельности.
- 2 Особенности подготовки и реализации игровых программ для людей с ограниченными особенностями

Принято на заседании кафедры «24» марта 2022 г. Протокол № 8

Заведующий кафедрой ФКС



С.А.Маленко

Все материалы для проведения промежуточного контроля хранятся на кафедре.

Приложение Б
(обязательное)

**Карта учебно-методического обеспечения
учебной дисциплины «Теория и практика PR»**

Таблица Б.1 - Основная литература

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библиот. НовГУ	Наличие в ЭБС
Печатные источники		
Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии : учебник для вузов / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования ; Проект "ИГУМО - учебники для вузов". - 3-е изд., испр. и перераб. - Москва : Аспект-Пресс, 2009. - 301, [1] с.	6	
Бузни Е. Н. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Е. Н. Бузни. - Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2011. - 191, [1] с.	4	
Медиасистема России : учебное пособие для вузов / авт.: Е. Л. Варганова [и др.] ; под ред. Е. Л. Варгановой. - Москва : Аспект-Пресс, 2017. - 382, [2]	7	
Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 157, [3] с.	7	

Таблица Б.2 - Дополнительная литература

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библиот. НовГУ	Наличие в ЭБС
Печатные источники		
Романов А. А. Маркетинговые коммуникации : учебник : для вузов / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2016. - 382, [2] с.	9	
Варакута С. А. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / С. А. Варакута. - Москва : Инфра-М, 2013. - 205, [2] с.	5	
Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебное пособие для вузов / В. М. Маслова. - 2-е изд. - Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2012. - 206, [2] с.	5	

Таблица Б.3 – Информационное обеспечение учебной дисциплины

Наименование ЭБС с указанием реквизитов	Срок действия ЭБС

ЭБС «Электронная библиотечная система Новгородского государственного университета» (ЭБС НовГУ). Универсальный ресурс. Внутривузовские издания НовГУ.	Договор № 230 от 30.12.2022 г. с ООО «КДУ»	бессрочный
ЭБС «Лань» Единая профессиональная база данных для классических вузов – Издательство Лань «ЭБС» ЭБС ЛАНЬ.	Договор № 34/ЕП(Т)23 от 22.12.2023г. с ООО «Издательство ЛАНЬ»	с 01.01.2024 по 31.12.2024
ЭБС «ЛАНЬ» Коллекции: «Журналистика и медиа-бизнес - Издательство Аспект Пресс»	Договор № 33/ЕП(У)23 от 25 декабря 2023г. с ООО «ЭБС ЛАНЬ».	с 01.01.2024 по 31.12.2024
ЭБС «ЛАНЬ» (Сетевая электронная библиотека (СЭБ) Универсальный ресурс.	Договор № СЭБ НВ–283 с ООО «ЭБС ЛАНЬ» от 09 ноября 2020 г.	с 09.11.2020 по 31.12.2023 Договор пролонгирован до 31.12.2024 (основание: п.6.1.)
«ЭБС ЮРАЙТ www.biblio-online.ru ». Универсальный ресурс.	Договор № 35/ЕП(У)23 от 25.12.2023г. с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».	с 01.01.2024 по 31.12.2024
«IPRsmart» Универсальный ресурс.	Лицензионный договор № 11040/23П/31/ЕП(У)23 от 22.12.2023г. с ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа».	с 01.01.2024 по 31.12.2024
«Национальная электронная библиотека» Универсальный ресурс.	Договор №101/НЭБ/2338П от 14.03.2022 с ФБГУ «Российская Государственная библиотека», срок действия 5 лет.	с 14.03.2022 по 13.03.2027
ЭБС Polpred.com. Обзор СМИ. Электронные статьи 600 деловых газет, журналов, информагентств за 20 лет.	Соглашение с ООО «ПОЛПРЕД Справочники». Тестовый доступ	с 01.01.2023

Действительно
учебного года

для



2024/2025

Зав. кафедрой ФКС

С.А.Маленко

Б.И.Морф.



Т.И.Корнева

Приложение В
(обязательное)

**Лист актуализации рабочей программы
учебной дисциплины «Теория и практика PR»**

Рабочая программа актуализирована на 20__/20__ учебный год.
Протокол № __ заседания кафедры от «__» _____ 20__ г.
Разработчик: _____
Зав. кафедрой _____

Рабочая программа актуализирована на 20__/20__ учебный год.
Протокол № __ заседания кафедры от «__» _____ 20__ г.
Разработчик: _____
Зав. кафедрой _____

Таблица В.1 Перечень изменений, внесенных в рабочую программу:

Номер изменения	№ и дата протокола заседания кафедры	Содержание изменений	Зав. кафедрой	Подпись