

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Ефимова Н. М.



Номер регистрации
РПД_3-51.03.01.02_2019_106212
Актуализировано: 26.04.2021

Рабочая программа дисциплины
Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	51.03.01 шифр
	Культурология наименование
Направленность (профиль)	3-51.03.01.02 шифр
	Культура массовых коммуникаций наименование
Формы обучения	Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра культурологии, социологии и философии(ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра культурологии, социологии и философии(ОРУ) наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Дождевых Светлана Михайловна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	сформировать у студентов понимание значимости и возможностей использования рекламы и связей с общественностью в социокультурной сфере
Задачи дисциплины	-определить специфику рекламной и PR деятельности в социокультурной сфере -изучить рекламные технологии и функции рекламы в социокультурной сфере -изучить технологии и функции связей с общественностью в социокультурной сфере

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция УК-4

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
Знает	Умеет	Владеет
возможности использования деловой коммуникации в устной и письменной формах	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах	навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах

Компетенция ПК-3

Способен к реализации социально-культурных проектов и программ в сфере массовых коммуникаций		
Знает	Умеет	Владеет
специфику применения рекламы и связей с общественностью в реализации социально-культурных проектов и программ	применять технологии и инструментарий рекламы и связей с общественностью в реализации социально-культурных проектов и программ	навыками применения технологий и инструментария рекламы и связей с общественностью в реализации социально-культурных проектов и программ

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Реклама в социокультурной сфере	ПК-3, УК-4
2	Связи с общественностью в социокультурной сфере	ПК-3, УК-4
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-3, УК-4

Формы промежуточной аттестации

Зачет	7 семестр (Очная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	4	7	144	4	92.5	54	18	36	0	51.5		7	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Реклама в социокультурной сфере»		71.00
Лекции		
Л1.1	Понятие, цели и функции рекламы	2.00
Л1.2	Классификация видов рекламы	2.00
Л1.3	История рекламы	2.00
Л1.4	Специфика рекламной деятельности в социокультурной сфере	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Каналы распространения рекламы	4.00
П1.2	Классификация рекламной продукции	4.00
П1.3	Структура рекламного обращения	4.00
П1.4	Основы рекламных кампаний	4.00
П1.5	Реклама в учреждениях культуры	4.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Работа с книгой К. Хопкинса «Наука о рекламе»	6.00
С1.2	Работа с книгой Д. Огилви «Тайны рекламного двора»	6.00
С1.3	Изучение федерального закона "О рекламе"	4.00
С1.4	Анализ имеющихся примеров рекламы учреждений культуры.	6.00
С1.5	Дизайн рекламного макета	3.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	18.00
Раздел 2 «Связи с общественностью в социокультурной сфере»		69.00
Лекции		
Л2.1	Определение понятия "связи с общественностью". Отличие от рекламы и пропаганды.	2.00
Л2.2	Виды PR	2.00
Л2.3	Связи с общественностью: основные направления работы	4.00
Л2.4	Специфика связей с общественностью в социокультурной сфере	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Выставки и ярмарки	4.00
П2.2	Событийный маркетинг	4.00
П2.3	Брифинг и прессконференция	4.00
П2.4	Брендинг в социокультурной сфере	4.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Составление пресс-релиза	4.00
С2.2	Посещение выставки по профилю	3.50
С2.3	Изучение имеющейся сувенирной продукции учреждений культуры	4.00

C2.4	Посещение события по профилю	4.00
C2.5	Изучение основных положений «Декларации принципов» Айви Ли	3.00
C2.6	Разработка PR-стратегии для организации социокультурной сферы	4.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	20.00
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
33.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР3.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		144.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Марочкина, С. С. Введение в специальность: реклама : учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01657-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Сергеева, З. Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие / З.Н. Сергеева. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. - 91 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7782-2879-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576518/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С.Н. Булатова. - Кемерово : КеМГУКИ, 2012. - 80 с. - ISBN 978-5-8154-0229-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Пендикова, И. Г. Архетип и символ в рекламе : учебное пособие / И.Г. Пендикова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01423-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Ломова, О. С. Деловое общение специалиста по рекламе : учебное пособие / О.С. Ломова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 237 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01309-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - ISBN 978-5-238-02309-0 : Б. ц. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Электронные образовательные ресурсы

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-51.03.01.02
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Мультимедиа-проектор Epson EB-X72 с экраном
НОУТБУК ACER ASPIRE E5-573G 15,6"
ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=106212