

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
PR в сфере культуры и искусства Б1.В.ДВ.2

Направление подготовки: 44.04.01 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Менеджмент в музыкальном и хореографическом искусстве и образовании

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Батыршина Г.И.

Рецензент(ы):

Явгильдина З.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Явгильдина З. М.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации (Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No 9023176817

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Батыршина Г.И. Кафедра татаристики и культуроведения Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая ,
Gulnara.Batyrshina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

- формирование компетентности в области маркетинга и PR-технологий с целью решения профессиональных задач в сфере культуры и искусства;
- знакомство с современными направлениями в управлении Public Relations за рубежом и в России, актуальными для сферы культуры и искусства;
- расширение представлений в области теоретических основ и практических технологий Public Relations, изучение особенностей их использования в сфере культуры и искусства.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.2 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 44.04.01 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 4 семестр.

Дисциплина имеет интегративные содержательные связи с дисциплинами базовой и вариативной частей Блока 1 "Дисциплины (модули)" - "Маркетинг в сфере культуры и искусства", "Менеджмент в области искусства и образования", "Актуальные проблемы педагогики искусства", "Инновационные процессы в образовании", "Современные проблемы науки и образования" и др., а также Блоком 2 "Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|---|--|
| ОК-1 (общекультурные компетенции) | способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу, способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень |
| ОК-3 (общекультурные компетенции) | способностью к самостоятельному освоению и использованию новых методов исследования, к освоению новых сфер профессиональной деятельности |
| ОК-5 (общекультурные компетенции) | способностью самостоятельно приобретать и использовать, в том числе с помощью информационных технологий, новые знания и умения, непосредственно не связанные со сферой профессиональной деятельности |
| ПК-12 (профессиональные компетенции) | готовностью к систематизации, обобщению и распространению отечественного и зарубежного методического опыта в профессиональной области |
| ПК-6 (профессиональные компетенции) | готовностью использовать индивидуальные креативные способности для самостоятельного решения исследовательских задач |
| ПК-17 (профессиональные компетенции) | способностью изучать и формировать культурные потребности и повышать культурно-образовательный уровень различных групп населения |
| ПК-18 (профессиональные компетенции) | готовностью разрабатывать стратегии культурно-просветительской деятельности |

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|---|--|
| ПК-19 (профессиональные компетенции) | способностью разрабатывать и реализовывать просветительские программы в целях популяризации научных знаний и культурных традиций |
| ПК-20 (профессиональные компетенции) | готовностью к использованию современных информационно-коммуникационных технологий и СМИ для решения культурно-просветительских задач |
| ПК-21 (профессиональные компетенции) | способностью формировать художественно-культурную среду |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- сущность, предмет, функции PR и особенности связей с общественностью в сфере культуры и искусства;
- функциональные направления PR в сфере культуры и искусства;
- основные модели организации служб связей с общественностью в различных типах учреждений культуры и искусства;
- технологические основы PR: составления PR-текстов и работы со СМИ, проведения специальных мероприятий, имиджевой работы учреждений культуры и искусства.

2. должен уметь:

- разрабатывать программы PR-деятельности учреждений культуры и искусства;
- использовать маркетинговые технологии в PR-деятельности учреждений культуры и искусства;
- составлять эффективные PR-сообщения;
- проводить исследования в области связей с общественностью для учреждения культуры и искусства (экспресс-анализ материалов СМИ, медиа-досье, Интернет-источников, социологические исследования аудитории в PR);
- осуществлять медиапланирование и организовывать мероприятия с участием СМИ;
- осуществлять имиджевую работу в учреждениях культуры и искусства.

3. должен владеть:

- технологиями организации служб связей с общественностью в различных типах организаций культуры и искусства (концертный зал, музей, театр, библиотека);
- технологиями составления PR-текстов различных видов: информационных, имиджевых корпоративных документов, рекламных; текстов устных выступлений на радио и телевидении; пресс-релизов;
- технологиями составления пресс-китов и разработки презентаций;
- технологиями организации мероприятий с участием журналистов - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации;
- технологиями использования каналов коммуникации, интернет-порталов "Культура России", "Музеи России", сайтов учреждений культуры и искусства, социальных сетей.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- актуализировать знания и навыки PR-технологий в области искусства и культуры;
- налаживать успешную коммуникацию учреждений искусства и культуры со СМИ;
- к организации служб связей с общественностью в различных типах организаций культуры и искусства (концертный зал, музей, театр, библиотека);

- к организации мероприятий в области искусства и культуры с участием журналистов.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 4 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|---|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|---------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 1. | Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры. | 4 | 1 | 2 | 0 | 0 | Устный опрос |
| 2. | Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры. | 4 | 2 | 2 | 0 | 0 | Устный опрос |
| 3. | Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства. | 4 | 3-4 | 0 | 4 | 0 | Творческое задание |
| 4. | Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ. | 4 | 5-6 | 0 | 4 | 0 | Творческое задание |
| 5. | Тема 5. PR-тексты. | 4 | 7 | 0 | 2 | 0 | Творческое задание |

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|--|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|---------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 6. | Тема 6. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства. | 4 | 8 | 0 | 2 | 0 | Творческое задание |
| | Тема . Итоговая форма контроля | 4 | | 0 | 0 | 0 | Зачет |
| | Итого | | | 4 | 12 | 0 | |

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Public Relations как научная отрасль, деятельность, функция управления и др. Понятие общественности. Сущность, предмет, функции PR. Основные теоретические подходы к анализу PR (альтруистический, компромиссный, прагматический и коммуникационный). Отличие PR от рекламы, пропаганды, менеджмента продаж. Исторические формы коммуникации: устная коммуникация; письменная коммуникация; массовая коммуникация. Исторические предпосылки развития PR. Особенности PR в сфере культуры и искусства.

Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Коммуникация учреждений культуры и искусства и общественности. Формирование имиджа учреждений культуры и искусства. Продвижение творческих проектов. Консалтинг в сфере культуры и искусства. Кризисные PR-коммуникации в деятельности PR. Модели организации служб связей с общественностью в различных типах организаций. Управления по связям с общественностью в департаменте культуры областной администрации (базовая модель). Должностные обязанности пресс-секретаря. Условия деятельности специалиста PR в российских и европейских учреждениях сферы культуры и искусства. Отделы по связям с общественностью и типовое распределение полномочий и обязанностей специалиста по связям с общественностью в учреждениях культуры и искусства (концертный зал, музей, театр, библиотека) на центральном и региональном уровне.

Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.

практическое занятие (4 часа(ов)):

PR-сообщение и его компоненты: развлекательный, информационный, убеждающий. Маркетинговые стратегии в PR учреждений культуры: сегментация аудитории, позиционирование. Принципы эффективного PR-сообщения. Исследования в области связей с общественностью для учреждения культуры. Источники информации. Тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, медиа-досье, Интернет. Экспресс-анализ СМИ. Социологические исследования аудитории в PR. Возможные виды интервью для проведения социологических опросов в работе библиотеки, музея, театра и отдела/департамента по культуре местной администрации. Фокус-группа как разновидность группового интервью.

Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Типы и специфика средств массовой информации. Медиа-карта. Медиапланирование. Основные виды мероприятий с участием СМИ: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, приёмы для прессы, деловой завтрак. Организация мероприятий с участием журналистов - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации. Использование каналов коммуникации. Интернет-порталы ?Культура России?, ?Музеи России?, сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов. Перформансы, акции, специальные события в PR-коммуникациях.

Тема 5. PR-тексты.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Характерные особенности, виды PR-текстов. Основные виды документов для СМИ: содержание и форма. Виды документов: информационные, имиджевые корпоративные документы, реклама. Речи, выступления на радио и телевидении. Пресс-релизы: основные требования к содержанию и оформлению. Пресс-кит и его составляющие. Презентация.

Тема 6. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие имиджа, основные элементы имиджа. Имидж деятеля искусства и культуры, лидера учреждения сферы культуры. Мифологизация и продвижение имиджа. Формирование и управление корпоративным имиджем учреждения сферы культуры и искусства. Корпоративный имидж, элементы корпоративного имиджа. Элементы визуальной идентификации и перспективы их разработки в учреждениях культуры: корпоративный стиль, дресс-код, брендбук, и пр. Корпоративные стандарты: миссия, философия, мифы. Внутренний имидж. Имидж продукта. Имидж персонала, негативные и позитивные образы персонала библиотеки, музея, арт-галереи, театра. Позиционирование бренда как важнейшая составляющая успешной коммуникационной стратегии. Этапы и методы позиционирования. Бренд региона-города-организации: поддержка и трансформация учреждениями культуры.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----------|--|----------------|------------------------|--|-------------------------------|--|
| 1. | Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры. | 4 | 1 | подготовка к устному опросу | 14 | устный опрос |
| 2. | Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры. | 4 | 2 | подготовка к устному опросу | 14 | устный опрос |
| 3. | Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства. | 4 | 3-4 | подготовка к творческому заданию | 14 | творческое задание |

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|--|---------|-----------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| 4. | Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ. | 4 | 5-6 | подготовка к творческому заданию | 14 | творческое задание |
| 5. | Тема 5. PR-тексты. | 4 | 7 | подготовка к творческому заданию | 16 | творческое задание |
| 6. | Тема 6. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства. | 4 | 8 | подготовка к творческому заданию | 16 | творческое задание |
| | Итого | | | | 88 | |

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии и организационные формы: проблемные лекции, практические занятия по освоению PR-технологий и методике их применения в сфере культуры и искусства, самостоятельная работа магистрантов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Введение в дисциплину. Цели и задачи курса. Основные категории дисциплины. Понятие PR и их особенности в сфере искусства и культуры.

устный опрос , примерные вопросы:

Каковы сущность, предмет и функции PR? Назовите основные теоретические подходы к анализу PR. В чем состоит отличие PR от рекламы, пропаганды, технологий маркетингового продвижения? Каковы исторические предпосылки развития PR? В чем заключаются особенности PR в сфере культуры и искусства?

Тема 2. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.

устный опрос , примерные вопросы:

Каковы функциональные направления PR в сфере культуры и искусства? Охарактеризуйте модели организации служб связей с общественностью в различных типах организаций. Опишите должностные обязанности пресс-секретаря. В чем заключается деятельность специалиста PR в российских и европейских учреждениях сферы культуры и искусства? Какова структура отдела по связям с общественностью и типовое распределение полномочий и обязанностей специалиста по связям с общественностью в учреждениях культуры и искусства?

Тема 3. Технологии PR и их применение в отрасли культуры и искусства.

творческое задание , примерные вопросы:

Проведите изучение эффективности связей с общественностью учреждения культуры вашего региона на основе экспресс-анализа СМИ, методов маркетингового, социологического исследований.

Тема 4. PR-коммуникации с помощью СМИ.

творческое задание , примерные вопросы:

Разработайте план PR-компании учреждения культуры с участием СМИ.

Тема 5. PR-тексты.

творческое задание , примерные вопросы:

Составьте текст пресс-релиза, посвященного какому-либо событию в культурной жизни региона.

Тема 6. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.

творческое задание , примерные вопросы:

Разработайте рекомендации по созданию имиджа какого-либо учреждения культуры в вашем регионе.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Сущность, предмет, функции PR.
2. Основные теоретические подходы к анализу PR.
3. Исторические формы коммуникации.
4. Функциональные направления PR в сфере культуры и искусства.
5. PR-службы в решении профессиональных задач в отрасли искусства и культуры.
6. Модели организации служб связей с общественностью в различных типах организаций.
7. Управления по связям с общественностью в департаменте культуры областной администрации (базовая модель).
8. Отделы по связям с общественностью и типовое распределение полномочий и обязанностей специалиста по связям с общественностью в учреждениях культуры и искусства (концертный зал, музей, театр, библиотека) на центральном и региональном уровне.
9. Маркетинговые стратегии в PR учреждений культуры.
10. Исследования в области связей с общественностью для учреждения культуры. Источники информации. Тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, медиа-досье, Интернет. Экспресс-анализ СМИ.
11. Социологические исследования аудитории в PR. Возможные виды интервью для проведения социологических опросов в работе библиотеки, музея, театра и отдела/департамента по культуре местной администрации.
12. Фокус-группа как разновидность группового интервью.
13. Типы и специфика средств массовой информации.
14. Основные виды мероприятий с участием СМИ.
15. Организация мероприятий с участием журналистов - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации.
16. Использование каналов коммуникации. Интернет-порталы, сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов.
17. Перформансы, акции, специальные события в PR-коммуникациях.
18. Характерные особенности, виды PR-текстов.
19. Речи, выступления на радио и телевидении.
20. Пресс-релизы: основные требования к содержанию и оформлению. Пресс-кит и его составляющие.
21. Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.

7.1. Основная литература:

1. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие / М.В. Гундарин. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, 2011. - 312 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=243837#>
2. Тульчинский, Г.Л. PR в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие. - Электрон. дан. -СПб. : Лань, Планета музыки, 2011. - 572 с. // http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=2047

3. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. -М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 329 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=369368>

7.2. Дополнительная литература:

1. Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=415337#>
2. Ноздренко, Е. А. Система культуры: новые детерминанты. Реклама как фактор современного культурно-исторического процесса [Электронный ресурс] / Е. А. Ноздренко, Н. П. Копцева. - Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2011. - 156 с.
3. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=523512#>
4. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебное пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов; Под ред. М.П. Переверзева. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 192 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=414040>
5. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. - Электрон. дан. - СПб. : Лань, Планета музыки, 2009. - 496 с. // http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=1931

7.3. Интернет-ресурсы:

- Официальный сайт Министерства культуры Республики Татарстан - mincult.tatarstan.ru
Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации - mkrf.ru
Официальный сайт Министерства образования и науки Республики Татарстан - mon.tatarstan.ru
Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации - минобрнауки.рф
Российское образование. Федеральный образовательный портал: учреждения, программы, стандарты - www.edu.ru
Сайт Института развития образования в сфере культуры и искусства (РОСКИ) - iroski.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "PR в сфере культуры и искусства" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

В ходе учебной работы по дисциплине используются аудио-, видеоматериалы, Интернет-ресурсы.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 44.04.01 "Педагогическое образование" и магистерской программе Менеджмент в музыкальном и хореографическом искусстве и образовании .

Автор(ы):

Батыршина Г.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Явгильдина З.М. _____

"__" _____ 201__ г.