

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

_____ Ю. А. Жадаев

« 30 » мая 2022 г.

Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Волгоград
2022

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы
« 13 » мая 2022 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой _____ « 13 » мая 2022 г.
(подпись) Калачев А.В. (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического
и социального образования « 16 » мая 2022 г. , протокол № 6

Председатель учёного совета Зотова Н.Г. _____ « 16 » мая 2022 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 30 » мая 2022 г. , протокол № 13

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Калачев Антон Витальевич, канд. пед. наук, доцент каф. соц. раб.

Программа дисциплины «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 С изменениями и дополнениями от: 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 30 мая 2022 г., протокол № 13).

1. Цель освоения дисциплины

Охарактеризовать значение рекламы и связи с общественностью в сфере искусства в современной России.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Зарубежная философия», «Культура речи», «Культурология», «Мировая художественная культура», «Новейшая история России и зарубежных стран», «Отечественная история», «Русская философия», «История рекламы в социально-культурной сфере», «История связей с общественностью в социально-культурной сфере».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- функции искусства в современном обществе;
- проблемы сферы искусства в России и за рубежом;
- значение работы с аудиторией в сфере искусства;
- основные особенности организации PR-компаний;
- роль и значение рекламы в сфере искусства;

уметь

- выявлять особенности рынка современного искусства;
- сравнивать особенности искусства в России и за рубежом;
- организовывать работу с аудиторией в сфере искусства;
- использовать различные PR подходы в организации работы в учреждениях сферы культуры;
- эффективно организовывать этапы рекламной компании в сфере искусства;

владеть

- организационными основами взаимосвязи технологий искусства и PR;
- PR-технологиями в сфере искусства;
- основами организации PR коммуникаций со СМИ;
- стратегией и тактикой проведения информационных компаний;
- целями и функциями рекламы в сфере искусства.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4Л
Аудиторные занятия (всего)	14	14
В том числе:		
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	10	10
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	90	90
Контроль	4	4
Вид промежуточной аттестации		ЗЧО
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Особенности рассмотрения рекламы и связи с общественностью в сфере искусства	Понятие сферы искусства. Функции искусства в современном социуме. Основные направления искусства в современном обществе: театральные зрелищные учреждения культуры, музеи, библиотеки, клубные учреждения, спортивные организации, творческие союзы и ассоциации, службы социальной поддержки и т. д. Особенности рынка современного искусства. Взаимосвязь технологий искусства и PR. Задачи, решаемые PR в сфере искусства
2	Особенности сферы искусства в России и за рубежом	Сфера искусства в России и за рубежом, сравнительная характеристика. Проблемы развития сферы искусства в России. Развитие PR в сфере искусства в России и за рубежом
3	Специфика работы с объектами PR-деятельности в сфере искусства	Значимость работы с аудиторией в сфере искусства (в литературе, в кинематографе, в театре и т.д.). Особенности работы с аудиторией в сфере культуры и искусства. Работа с административными органами. Работа со спонсорами и благотворителями. Организация PR коммуникации со СМИ
4	Проведение PR-кампаний в сфере искусства	Особенности организации PR-кампаний, её составляющие. Стратегия и тактика проведения информационных кампаний, составные элементы их организации. Использование различных подходов в организации работы в учреждениях сферы культуры: положение дел, возможности, преимущества и недостатки
5	Специфика рекламной деятельности в сфере искусства	Роль рекламы в сфере искусства. Реклама как произведение искусства. Социальная и коммерческая реклама в сфере культуры. Воспитательная функция рекламы. Цели рекламы в сфере культуры. Этап установления целей. Установление ответственности. Определение бюджета. Этап разработки рекламных тем. Выбор средств рекламы. Создание рекламных

		объявлений. Выбор времени выхода рекламы. Определение эффективности.
--	--	---

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Особенности рассмотрения рекламы и связи с общественностью в сфере искусства	2	2	–	20	24
2	Особенности сферы искусства в России и за рубежом	2	2	–	20	24
3	Специфика работы с объектами PR-деятельности в сфере искусства	–	2	–	15	17
4	Проведение PR-кампаний в сфере искусства	–	2	–	15	17
5	Специфика рекламной деятельности в сфере искусства	–	2	–	20	22

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. — Москва : Академический Проект, 2007. — 304 с..

2. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции. Учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко. — Москва : Дело, 2016. — 520 с..

3. Карпова Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с.

6.2. Дополнительная литература

1. Булатова С. Н. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С. Н. Булатова. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 80 с..

2. Квят А. Г. Методологические основы связей с общественностью : курс лекций / А. Г. Квят. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012. — 175 с..

3. Шарков Ф. И. Реклама и связи с общественностью. Коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учебное пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов. — Москва : Академический Проект, 2007. — 302 с.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.

2. Портал учебной документации Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://matrix19.vspu.ru>.

3. Список социальных сайтов. URL. <https://psysocwork.ru/>.
4. Российская ассоциация по связям с общественностью. URL. <https://www.raso.ru/>.
5. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Дистанционное консультирование СРС на образовательном портале ВГСПУ <http://edu.vspu.ru>.
3. Технологии разработки и публикации сетевых документов.
4. Технологии электронной почты (асинхронное взаимодействие в сети Интернет).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
2. Комплект переносного презентационного оборудования.
3. Учебная аудитория для проведения практических занятий.
4. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
5. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме аттестации с оценкой.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим

материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.