

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.04 Теория и практика связей с общественностью

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

51.03.03 Социально-культурная деятельность

Направленность (профиль)

51.03.03.31 Менеджмент социально-культурной деятельности

Форма обучения

очная

Год набора

2021

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили \_\_\_\_\_

Кандидат экономических наук, Доцент, Погоревич Анастасия

Владимировна

должность, инициалы, фамилия

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины**

### **1.1 Цель преподавания дисциплины**

получение знаний об эффективном формировании актуальных взаимоотношений субъектов рыночной деятельности с общественностью; владение общими и специфическими методами, закономерностями управления общественным мнением с целью конкурентоспособного позиционирования на рынке.

### **1.2 Задачи изучения дисциплины**

Задачи изучения дисциплины связаны с получением как теоретических основ деятельности по связям с общественностью, так и умением применять на практике их рекомендации по эффективному продвижению продукта социально-культурной деятельности в современных социально-экономических условиях. В задачи курса входит формирование у студентов понимание того, что технологическое содержание Public Relations (PR) раскрывает специфику успешного функционирования институтов в области осуществления коммуникативных событий с целью актуального позиционирования в сфере профессиональных интересов.

Основа преподавания курса – гибкая образовательная технология, включающая различные формы и методы обучения, средства менеджмента и маркетинга. Студент должен знать основы теории и практики связей с общественностью и уметь применять её рекомендации по управлению общественным мнением в области профессиональной деятельности в современных социально-экономических условиях.

В итоге освоения дисциплины бакалавр должен:

Знать:

- понятие, функции связей с общественностью в сфере социально-культурной деятельности;
- инструменты и методы связей с общественностью, включая digital-инструменты;
- направления исследований, применяемые в PR
- основы разработки PR-стратегии и PR-кампании;
- современные методы бюджетирования и оценки эффективности деятельности в сфере связей с общественностью.

Уметь:

- анализировать основные направления деятельности по связям с общественностью в социально-культурной деятельности;
- планировать PR-кампании с помощью современных инструментов, включая digital-инструменты;
- оценивать эффективность PR-мероприятий.

Владеть:

- навыками анализа и оценки воздействия на потребителя социально-культурных услуг PR-инструментов;

□ способностями к анализу перспектив развития связей с общественностью.

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-2: Готов к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденции её развития; осуществлять прикладные научные исследования социально культурной деятельности и делать на этой основе продуктивные прогнозы, принимать правильные управленческие решения</b>	
ПК-2.1: Знать: методологию и методику прикладного научного исследования; технологии изучения потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности	
ПК-2.2: Уметь: выявлять основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества; изучать культурные потребности участников социально-культурной деятельности с помощью различных методов	
ПК-2.3: Владеть: методикой исследования, диагностики и оценки социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества, выявления изменений на рынке социокультурных услуг для успешного прогнозирования и принятия управленческих решений	
<b>ПК-3: Готов к обобщению и пропаганде передового опыта по реализации задач государственной культурной политики в учреждениях культуры, рекреации и индустрии досуга</b>	

ПК-3.1: Знать: основные направления федеральной и региональной культурной политики и методы	
прикладного научного исследования передового опыта учреждений культуры, рекреации и индустрии досуга	
ПК-3.2: Уметь: обобщать передовой опыт деятельности учреждений социально-культурной сферы в соответствии с целями и задачами федеральной и региональной культурной политики	
ПК-3.3: Владеть: технологиями выявления и сбора информации о передовом опыте учреждений культуры, рекреации и индустрии досуга по реализации целей и задач федеральной и региональной культурной политики	

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=30629>.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,33 (48)</b>	
занятия лекционного типа	0,67 (24)	
практические занятия	0,67 (24)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,67 (60)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС				
<b>1. Public Relations как наука управления общественным мнением</b>											
1. Public Relations: определение, содержание, виды, инструменты, эволюция и перспективы развития.		6									
2. Кейс «Тренды в PR» Для аудиторного и электронного занятий: знакомство с современными тенденциями в области связей с общественностью (материалы мировых и национальных конференций), обсуждение. Разработка проекта «PR будущего» на основе одного из трендов (искусственный интеллект, VR и AR-технологии, digital-инструменты оценки репутации и т.д.). Кейс «Феномен новой этики» Для аудиторного и электронного занятий: знакомство с содержанием понятия и влиянием на маркетинговые коммуникации, обсуждение. Анализ форм новой этики, изучение степени влияния на рекламные и PR-кампании.				4							

<b>2. Public Relations в системе маркетинговых коммуникаций</b>								
1. Теория коммуникации. Основные законы коммуникации. Стереотип как важнейший элемент восприятия. Основопологающие теории в PR. Место PR в системе маркетинговых коммуникаций. Теории PR-аудиторий. Репутация, имидж, личный бренд: понятие и взаимосвязь. Слияние инструментов рекламы и Public Relations в условиях развития digital- среды. Понятие омниканальности. PESO-модель.	8							
2. «Исследование имиджа известной личности» Для аудиторного и электронного занятий: анализ имиджа известной личности по заданным параметрам. «Разработка омниканальной схемы» Для аудиторного и электронного занятий: создание омниканальной схему коммуникаций для выбранного товара/услуги (бренда) с описанием вероятной схемы принятия решения покупателя. «Создание PESO-модели» Для аудиторного и электронного занятий: разработка PESO-модели для выбранного товара/услуги (бренда).			7					
<b>3. Разработка PR-стратегии</b>								
1. Воронка продаж. Понятие и этапы разработки PR-стратегии: анализ среды, выбор целевых групп и стратегий позиционирования, разработка программы мероприятий, бюджетирование, оценка эффективности (системаKPI) .	8							



<p>2. «Создание интеллект-карты»  Для аудиторного и электронного занятий:  разработка интеллект-карты PR-стратегии для  выбранного товар/услуги (бренда) (цель, анализ  продукта, анализ конкурентов, анализ целевой  аудитории, мероприятия, система KPI).  «Создание аватара целевой аудитории»  Для аудиторного и электронного занятий:  Создание аватара целевой аудитории для выбранного  товара/услуги (бренда) по заданному алгоритму.  «Оценка товара/услуги (бренда с помощью SWOT-  анализа»  Для аудиторного и электронного занятий:  Практика SWOT-анализа для выбранного товар/услуги  (бренда) (цель, анализ продукта.</p>			7					
<b>4. Организация PR-кампании и современные методы оценки PR-деятельности</b>								
1. Обзор современных сервисов, платформ и метрик для оценки PR-деятельности. ESG-факторы.	2							
2. «Анализ ESG-факторов» Для аудиторного и электронного занятий: Комплексный анализ ESG-факторов для заданной компании.			6					
3.							60	
Всего	24		24				60	

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Шишова Н. В., Акулич Т. В., Подопригора А. С. Теория и практика рекламы: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
2. Ноздренко Е.А. Теория и практика связей с общественностью: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...42.03.01.01 - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере](Красноярск: СФУ).
3. Ноздренко Е.А. Теория и практика связей с общественностью: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...51.03.03.01 - Менеджмент социально-культурной деятельности](Красноярск: СФУ).
4. Марусева И. В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование): монография(Москва: Директ-Медиа).
5. Коноваленко М. Ю., Коноваленко В. А. Теория коммуникации: учебник для бакалавров по гуманитарным направлениям и специальностям (Москва: Юрайт).
6. Осипова Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике: Монография (Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. Adobe Photoshop
2. DataFun
3. CapCut
4. Corel Draw
5. InShot
6. Kanva
7. Kinemaster
8. Ms.Office
9. Snapseed
10. другие приложения для создания аналитических отчётов, а также обработки фото и видео.

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. В процессе обучения студентам обеспечен онлайн-доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, таким как:

2. Mediascope — Режим доступа: <https://mediascope.net> -официальный сайт исследовательской компании;
3. Бизнес, технологии, идеи, модели роста, стратегии — Режим доступа: <https://vc.ru/popular>;
4. ВЦИОМ — Режим доступа: <http://wciom.ru>;
5. Левада-Центр – Режим доступа: <http://www.levada.ru>;
6. Федеральный образовательный портал ЭСМ – Режим доступа: <https://ecsocman.hse.ru>;
7. Портал знаний – Глобальный информационный ресурс Statistica – Режим доступа: <http://statistica.ru>.
8. и другим актуальным поисковым и справочным системам

### **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

### **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Университет располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционной типа университет располагает демонстрационным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующим рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотеке СФУ. Библиотечный фонд укомплектован в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, учебники и учебные пособия, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Обеспечен стопроцентный доступ к электронной библиотечной системе. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда СФУ предоставляет возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарным мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерные классы на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенные к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.