

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

**Медиа-коммуникации в арт-бизнесе**

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	42.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

Москва  
2024 г.

## 1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-5
	-	ПК-6
	-	ПК-7

## 2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта	<p>ПК-5.1 Применяет методы исследований в области СМИ для создания алгоритмов проектов</p> <p>ПК-5.2 Организует маркетинговые исследования в области СМИ и разрабатывает маркетинговую стратегию для коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-5.3 Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ПК-5.4 Осуществляет контроль и проведение оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p>
ПК-6	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<p>ПК-6.1 Применяет технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде</p> <p>ПК-6.2 Использует при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью основные приемы и методы копирайтинга</p> <p>ПК-6.3 Применяет различные технические средства в организации специальных мероприятий</p>

ПК-7	Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПК-7.1 Использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.2 Составляет основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>
------	---	---

### 3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

#### 3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-5		
	-разнообразные методы исследований в области СМИ культурной направленности -особенности измерений медиакommunikаций в арт бизнесе	-организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках арт проекта -разработать маркетинговую стратегию арт направленности для продукции СМИ	-навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ культурной сферы -осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ культурной сферы
Код компетенции	ПК-6		
	-основное содержание ключевых направлений медиакommunikаций в арт-бизнесе -проблемы, и возможности медиапланирования в сфере культуры	-применять технологии копирайтинга при организации офлайн-кампаний в арт проектах -создавать все типы коммуникаций в онлайн арт среде -устранять ошибки копирайта в онлайн и офлайн коммуникациях с учетом арт специфики	-навыками организации специальных мероприятий в рамках арт проекта -навыками деловых переговоров и презентаций культурной направленности -методиками оценки

			эффективности специальных мероприятий в сфере культуры и искусства
Код компетенции	ПК-7		
	-особенности индивидуального и группового поведения, взаимодействие формальных и неформальных организаций -алгоритмы творческих и медиа-проектов и кампаний	-формировать и корректировать документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью согласно концепции организационного поведения -осуществлять контроль за ходом работ по выполнению принципов организационного поведения	-технологиями исследования организационных отношений и процессов для принятия решений в организации -современными технологиями исследования управления персоналом организации -основами исследования и управления конфликтами и стрессами в организации

#### **4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Медиа-коммуникации в арт-бизнесе» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП. Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Бизнес-планирование в сфере рекламной и публичной деятельности», «Управление коммуникациями».

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR

#### **5. Объем дисциплины**

<b>Виды учебной работы</b>	<b>Формы обучения</b>			
	<b>Очная</b>	<b>Очно-заочная</b>	<b>Заочная</b>	<b>Заочная с применением ДОТ</b>
<b>Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы</b>	4/144	4/144	4/144	4/144

<b>Контактная работа:</b>				
Занятия лекционного типа	10	8	4	2
Занятия семинарского типа	20	8	4	4
Промежуточная аттестация: <b>Зачет</b>	0,1	0,1	4	4
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b>	113,9	127,9	132	134

*6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий*

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные	
1.	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	1		2				20
2.	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	1		2				20
3.	Арт-рынок в цифровую эпоху	2		4				20
4.	Пиар арт-проектов.	2		4				20
5.	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	2		4				20
6.	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	2		4				13.9
	<b>Итого</b>	<b>10</b>		<b>20</b>				<b>113,9</b>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0,1</b>						

6.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные	
1.	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	2		2				20
2.	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	2		2				20
3.	Арт-рынок в цифровую эпоху	1		1				20
4.	Пиар арт-проектов.	1		1				20
5.	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	1		1				20
6.	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	1		1				27,9
	<b>Итого</b>	<b>8</b>		<b>8</b>				<b>127,9</b>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0,1</b>						

6.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные	
1.	Реклама и связи с	1		1				20

	общественностью в организациях культуры							
2.	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	1		1				20
3.	Арт-рынок в цифровую эпоху	1		1				20
4.	Пиар арт-проектов.							20
5.	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	1		1				30
6.	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.							32
	<b>Итого</b>	<b>4</b>		<b>4</b>				<b>132</b>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>4</b>						

#### 6.1.5. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные	
1.	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	1		1				20
2.	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии			1				20
3.	Арт-рынок в цифровую эпоху	1		1				20
4.	Пиар арт-проектов.							20
5.	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за			1				30

	рубежом.							
6.	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.							34
	<b>Итого</b>	<b>2</b>		<b>4</b>				<b>134</b>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>4</b>						

## 6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

### 6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	Современный музей, галерея, художественный фонд и вызовы, с которыми они сталкиваются. Индустриализация культуры плюс или минус? Навыки необходимые для работы в пиар-отделе. Задачи и обязанности пиар-менеджера арт-институции. Специфика пиар-деятельности в учреждениях культуры и социальном маркетинге. Модель 6Р.
2.	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	Психология массовых коммуникаций. Понятие коммуникации Ч. Кули. Коммуникативная модель Н. Шеннона. «Пятивопросная» модель массовой коммуникации Лассуэла. Добавление актора и ситуационного окружения в модели Парсонса. Интенциональная и неинтенциональная обратная связь, контекст в модели Н. Виннера. Роль «привратника» в модели Левина. Управление информацией. Формирование информационного потока. Манипулирование информацией. Информационная война и черный пиар. Разработка коммуникационной стратегии для каждой аудиторной группы. Основы сторителлинга и контент-маркетинга учреждений культуры.
3.	Арт-рынок в цифровую эпоху	Как новые медиа изменили журналистику. Социальные сети и арт-рынок. Взаимодействие художника и публики посредством виртуализации. Медийный арт-акционизм. Продвижение творческой личности в интернете. Основы видео-блогинга.
4.	Пиар арт-проектов.	Концепции разработки информационных поводов. Информационное партнерство. Оптимизация формы и стиля подачи материалов в СМИ. Как писать пресс-релиз арт-проекта. Интервью как форма раскрутки творческой личности. Арт-критика vs арт-журналистика.
5.	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за	РОСИЗО. Фонд «Русский мир». Федеральное агентство РОССОТРУДНИЧЕСТВО. Федеральное агентство по культуре и кинематографии (Роскультура). Федеральное



	рубежом.	агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать). Федеральный центр поддержки гастрольной деятельности. Михаил Швыдкой специальный представитель Президента Российской Федерации по международному культурному сотрудничеству. Межгосударственный фонд гуманитарного сотрудничества государств – участников СНГ Многофункциональный фонд гуманитарного сотрудничества (МФГС). Гуманитарная премия СНГ «Звезды содружества». Российской ассоциацией международного сотрудничества (РАМС)
6.	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	Позиции России в индексе национальных брендов Саймона Анхольта. Устойчивые российские культурные бренды и культурные символы современной России. Современное искусство в контексте государственной культурной политики. Международные культурные проекты и санкции.

### 6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	С какими вызовами учреждения культуры сталкиваются сегодня? В чем специфика связей с общественностью в учреждениях культуры? Назовите плюсы и минусы индустриализации культуры?  <b>Презентация докладов на тему:</b> сотрудничество музеев с рекламными брендами пиар-кампании учреждений культуры: опыт успешной реализации
2.	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	Перечислите основные коммуникативные модели и их структуру? Что такое коммуникационная стратегия? Какие способы манипулирования в пиар вы знаете? Какова этика пиар-специалиста в эпоху пост-правды? Что такое сторителлинг и как он применяется учреждениями культуры? Какие целевые аудитории существуют у музея? На что может быть направлена коммуникационная стратегия творческой личности? Как оценивается КРІ пиарщика? Что такое эмоциональный, рациональный, мотивационный КРІ?
3.	Арт-рынок в цифровую эпоху	Дайте определение арт-рынка? Подробно расскажите суть информационной функции арт-рынка? Как Интернет и новые медиа отразились на арт-

		<p>рынке?          Что такое медийный арт-акционизм? Назовите основных представителей и их проекты?          Как возможности искусственного интеллекта применяются в арт-бизнесе?</p>
4.	Пиар арт-проектов.	<p>Назовите направления деятельности пресс-службы?          Назовите задачи руководителя пресс-службы?          В чем специфика пиара арт-проектов?          Назовите причины обращения в пиар-агентство или стороннему пиар-менеджеру?          Сравните рекламный, журналистский и PR-тексты.          В чем разница между арт-критикой и арт-журналистикой?  <i><b>Презентация докладов на тему:</b></i>          1. Ключевые художественные критики современной России.          2. Ключевые театральные критики современной России.          3. Ключевые музыкальные критики современной России.          4. Ключевые кинокритики современной России.</p>
5.	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	<p>Какие ведомства ответственны за экспорт российских культурных ценностей в различных направлениях?          Какую деятельность ведут РОСИЗО и ГЦСИ?          Каким образом осуществляется культурное сотрудничество России и стран СНГ?</p>
6.	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	<p>Какое место Россия занимает в Индексе национальных брендов? Какие рекомендации Саймон Анхольт предлагает России по укреплению ее национального бренда? Сформулируйте основные принципы государственной культурной политики?          Какие аспекты вызывают трудности при формировании российского культурного бренда за рубежом?  <i><b>Презентация докладов на тему:</b></i>          1. Роль арт-проектов в продвижении русской культуры за рубежом          2. Устойчивые культурные символы современной России</p>

### 6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	<p>Современный музей, галерея, художественный фонд и вызовы, с которыми они сталкиваются.          Индустриализация культуры плюс или минус?          Навыки необходимые для работы в пиар-отделе.          Задачи и обязанности пиар-менеджера арт-институции. Специфика пиар-деятельности в учреждениях культуры и социальном маркетинге.</p>

		Модель 6Р.
2.	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	Психология массовых коммуникаций. Понятие коммуникации Ч. Кули. Коммуникативная модель Н. Шеннона. «Пятивопросная» модель массовой коммуникации Лассуэла. Добавление актора и ситуационного окружения в модели Парсонса. Интенциональная и неинтенциональная обратная связь, контекст в модели Н. Виннера. Роль «привратника» в модели Левина. Управление информацией. Формирование информационного потока. Манипулирование информацией. Информационная война и черный пиар. Разработка коммуникационной стратегии для каждой аудиторной группы. Основы сторителлинга и контент-маркетинга учреждений культуры.
3.	Арт-рынок в цифровую эпоху	Как новые медиа изменили журналистику. Социальные сети и арт-рынок. Взаимодействие художника и публики посредством виртуализации. Медийный арт-акционизм. Продвижение творческой личности в интернете. Основы видео-блогинга.
4.	Пиар арт-проектов.	Концепции разработки информационных поводов. Информационное партнерство. Оптимизация формы и стиля подачи материалов в СМИ. Как писать пресс-релиз арт-проекта. Интервью как форма раскрутки творческой личности. Арт-критика vs арт-журналистика.
5.	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	РОСИЗО. Фонд «Русский мир». Федеральное агентство РОССОТРУДНИЧЕСТВО. Федеральное агентство по культуре и кинематографии (Роскультура). Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать). Федеральный центр поддержки гастрольной деятельности. Михаил Швыдкой специальный представитель Президента Российской Федерации по международному культурному сотрудничеству. Межгосударственный фонд гуманитарного сотрудничества государств – участников СНГ Многофункциональный фонд гуманитарного сотрудничества (МФГС). Гуманитарная премия СНГ «Звезды содружества». Российской ассоциацией международного сотрудничества (РАМС)
6.	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	Позиции России в индексе национальных брендов Саймона Анхольта. Устойчивые российские культурные бренды и культурные символы современной России. Современное искусство в контексте государственной культурной политики. Международные культурные проекты и санкции.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

### **7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
1.	Реклама и связи с общественностью в организациях культуры	Опрос, тестирование, доклад Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии	Опрос, тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
3.	Арт-рынок в цифровую эпоху	Опрос, тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
4.	Пиар арт-проектов.	Опрос, доклад, тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
5.	Ключевые российские ведомства и институты, осуществляющие культурные проекты за рубежом.	Опрос, тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
6.	Место культуры в национальном бренде и «мягкой силе» РФ.	Опрос, доклад, тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

### **7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

## Типовые вопросы

1. С какими вызовами учреждения культуры сталкиваются сегодня?
2. В чем специфика связей с общественностью в учреждениях культуры?
3. Назовите плюсы и минусы индустриализации культуры?
4. Перечислите основные коммуникативные модели и их структуру?
5. Что такое коммуникационная стратегия?
6. Какие способы манипулирования в пиар вы знаете?
7. Какова этика пиар-специалиста в эпоху пост-правды?
8. Что такое сторителлинг и как он применяется учреждениями культуры?
9. Какие целевые аудитории существуют у музея?
10. На что может быть направлена коммуникационная стратегия творческой личности?
11. Как оценивается KPI пиарщика?
12. Что такое эмоциональный, рациональный, мотивационный KPI?
13. Дайте определение арт-рынка?
14. Подробно расскажите суть информационной функции арт-рынка?
15. Как Интернет и новые медиа отразились на арт-рынке?
16. Что такое медийный арт акционизм? Назовите основных представителей и их проекты?
17. Как возможности искусственного интеллекта применяются в арт-бизнесе?
18. Назовите направления деятельности пресс-службы?
19. Назовите задачи руководителя пресс-службы?
20. В чем специфика пиара арт-проектов?
21. Назовите причины обращения в пиар-агентство или стороннему пиар-менеджеру?
22. Сравните рекламный, журналистский и PR-тексты.
23. В чем разница между арт-критикой и арт-журналистикой?
24. Какие ведомства ответственны за экспорт российских культурных ценностей в различных направлениях?
25. Какую деятельность ведут РОСИЗО и ГЦСИ?
26. Каким образом осуществляется культурное сотрудничество России и стран СНГ?
27. Какое место Россия занимает в Индексе национальных брендов?
28. Какие рекомендации Саймон Анхольт предлагает России по укреплению ее национального бренда?
29. Как к концепции мягкой силы относится президент страны В.В. Путин?
30. Сформулируйте основные принципы государственной культурной политики?
31. Какие аспекты вызывают трудности при формировании российского культурного бренда за рубежом?
32. Назовите устойчивые культурные символы современной России?

## Типовые проблемно-аналитические задания

Придумайте арт-проект и напишите:

- его пресс-релиз;
- идеи для вирусного продвижения в соц.сетях
- концепцию видео-блогинга

1. Критически представить содержание программы (по выбору студента).
  - интерпретация промышленного ресурса региона в деятельности музея;
  - «специальные события» в музее: «немужейные» мероприятия как способ привлечения дополнительной информационной поддержки;

2. *Разработка коммуникационной стратегии по продвижению выставки. Задача –*

## **привлечь их в музей/галерею**

Учебное задание выполняется в составе рабочих групп.

1-я группа разрабатывает каналы и концепцию продвижения среди молодежной аудитории (школьники 10-17 лет)

2-я – среди иностранных посетителей.

## **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

1. Подготовка исследовательских проектов по темам.
2. Сотрудничество музеев с рекламными брендами.
3. Пиар-кампании учреждений культуры: опыт успешной реализации.
4. Ключевые художественные критики современной России.
5. Ключевые театральные критики современной России.
6. Ключевые музыкальные критики современной России.
7. Ключевые кинокритики современной России.
8. Роль арт-проектов в продвижении русской культуры за рубежом.
9. Устойчивые культурные символы современной России.

## **Типовые тесты**

1. **Что используется в PR для влияния на общественное мнение?** Выбор единственно правильного ответа

1. **информация**
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

2. **Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:** Выбор единственно правильного ответа.)

1. формирование имиджа
2. изучение общественного мнения
3. анализ экономической деятельности предприятия
4. **исследование отношений в организации**

3. **Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции?** Выбор единственно правильного ответа

1. определение проблемы
2. планирование программы
3. **оценка программы**
4. интерпретация общественного мнения
5. осуществление коммуникаций

4. **Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:** Выбор единственно правильного ответа

1. телевидение
2. **филиалы организации на местах**
3. телеграфное агентство
4. радио

5. **Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:** Выбор единственно правильного ответа

1. новостной релиз
2. пресс-релиз
3. **стрингер**
4. медиа-кит

6. **Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации:** Выбор единственно правильного ответа

1. Телевидение
2. Радио
3. **Пресса**
4. Интернет

7. **При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?**

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. **Анализ эффективности результатов PR кампании**

8. **План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:** Выбор единственно правильного ответа

- 0) анализа PR проблемы
  - 1) **плана PR кампании**
  - 2) анализа целевых аудиторий
  - 3) определения рейтинга
9. Дайте определение сторителлинга
- 

10. Дайте определение медийного арт-акционизма

---

11. Перечислите основные принципы деятельности пиар-отдела учреждения культуры

---

12. Дайте определение информационному партнерству

**Типовые вопросы к зачёту:**

1. Специфика связей с общественностью в учреждениях культуры.
2. Перечислите основные коммуникативные модели и их структуру.
3. Коммуникационная стратегия.
4. Способы манипулирования в пиар.
5. Сторителлинг и как он применяется учреждениями культуры.
6. Целевые аудитории музея.
7. Коммуникационная стратегия творческой личности.
8. Эмоциональный, рациональный, мотивационный КРІ.

9. Дайте определение арт-рынка и роль информационной функции арт-рынка.
10. Медийный арт-акционизм.
11. Направления деятельности пресс-службы.
12. Задачи руководителя пресс-службы.
13. Специфика пиара арт-проектов.
14. Рекламный, журналистский и PR-тексты.
15. Разница между арт-критикой и арт-журналистикой.
16. Ведомства ответственные за экспорт российских культурных ценностей.
17. Деятельность РОСИЗО и ГЦСИ.
18. Культурное сотрудничество России и стран СНГ.
19. Основные принципы государственной культурной политики.
20. Устойчивые культурные символы современной России.

### **7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

#### **1. Требование к теоретическому устному ответу**

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на



поставленные вопросы.

## **2. Творческие задания**

*Эссе* – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

*Критерии оценивания* - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка *«хорошо»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если не выполнены никакие требования.

## **3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)**

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

*Критерии оценивания* – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

При реализации программы с применением ДОТ:

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно

правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «выполнено» ставится в случае, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи, а именно, когда обучающийся в целом выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «не выполнено» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

#### **4. Интерактивные задания**

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

#### **5. Комплексное проблемно-аналитическое задание**

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерий оценивания* - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия

поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

При реализации программы с применением ДОТ:

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«выполнено»* ставится в случае, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи, а именно, когда обучающийся в целом выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«не выполнено»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

## **6. Исследовательский проект**

*Исследовательский проект* – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерии оценивания* - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **7. Информационный проект (презентация):**

*Информационный проект* – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с

иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

*Критерии оценивания* - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

## **8. Дискуссионные процедуры**

*Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции* являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены

временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **9. Тестирование**

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

*Критерии оценивания* – правильный ответ на вопрос.

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий.

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

## **10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)**

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и, по существу, излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **8.1 Основная учебная литература**

1. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html>

2. Епифанова, А. Г. Дизайн-деятельность как социокультурная практика: репрезентация в актуальном рекламном дискурсе: монография / А. Г. Епифанова. — Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2020. — 127 с. — ISBN 978-5-6044299-2-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109148.html>

## 8.2 Дополнительная учебная литература:

1. Черняк, Е. Ф. Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры: курс лекций для обучающихся по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Е. Ф. Черняк. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2019. — 160 с. — ISBN 978-5-8154-0489-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95571.html>

2. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности: учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» / Н. В. Терёшина. — Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122163.html>

## 8.3. Периодические издания

1. Журнал «Реклама. Теория и практика». - Режим доступа: <http://www.grebennikoff.ru/product/3>
2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - Режим доступа: <http://www.mavriz.ru>
3. Журнал «Маркетинг» - Режим доступа: <http://www.marketolog.ru/>
4. Сайт журнала «Рекламные идеи» [www.advi.ru](http://www.advi.ru)
5. Электронный журнал <http://www.outdoor.ru>

## 9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. Портал о культуре и искусстве <http://artandyou.ru/>

## 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайнрежиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

### ***11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)***

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

### **13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

#### **13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:**

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и



видеоматериалов;

- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

### **13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения**

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- *диспут*
- *анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач*
- *ролевая игра;*
- *круглый стол;*
- *мини-конференция*
- *дискуссия*
- *беседа.*

### **13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Медиа-коммуникации в арт-бизнесе**

<b><i>Направление подготовки</i></b>	<b>Реклама и связи с общественностью</b>
<b><i>Код</i></b>	<b>42.03.01</b>
<b><i>Направленность (профиль)</i></b>	<b>Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR</b>
<b><i>Квалификация выпускника</i></b>	<b>Бакалавр</b>

## 1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-5
	-	ПК-6
	-	ПК-7

## 2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта	<p>ПК-5.1 Применяет методы исследований в области СМИ для создания алгоритмов проектов</p> <p>ПК-5.2 Организует маркетинговые исследования в области СМИ и разрабатывает маркетинговую стратегию для коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-5.3 Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ПК-5.4 Осуществляет контроль и проведение оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p>
ПК-6	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<p>ПК-6.1 Применяет технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде</p> <p>ПК-6.2 Использует при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью основные приемы и методы копирайтинга</p> <p>ПК-6.3 Применяет различные технические средства в организации специальных мероприятий</p>

ПК-7	Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПК-7.1 Использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.2 Составляет основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>
------	---	---

### 3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

#### 3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-5		
	-разнообразные методы исследований в области СМИ культурной направленности -особенности измерений медиакommunikаций в арт бизнесе	-организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках арт проекта -разработать маркетинговую стратегию арт направленности для продукции СМl	-навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМl культурной сферы -осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМl культурной сферы
Код компетенции	ПК-6		
	-основное содержание ключевых направлений медиакommunikаций в арт-бизнесе -проблемы, и возможности медиапланирования в сфере культуры	-применять технологии копирайтинга при организации офлайн-кампаний в арт проектах -создавать все типы коммуникаций в онлайн арт среде -устранять ошибки копирайта в онлайн и офлайн коммуникациях с учетом арт специфики	-навыками организации специальных мероприятий в рамках арт проекта -навыками деловых переговоров и презентаций культурной направленности -методиками оценки

			эффективности специальных мероприятий в сфере культуры и искусства
Код компетенции	ПК-7		
	-особенности индивидуального и группового поведения, взаимодействие формальных и неформальных организаций -алгоритмы творческих и медиа-проектов и кампаний	-формировать и корректировать документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью согласно концепции организационного поведения -осуществлять контроль за ходом работ по выполнению принципов организационного поведения	-технологиями исследования организационных отношений и процессов для принятия решений в организации -современными технологиями исследования управления персоналом организации -основами исследования и управления конфликтами и стрессами в организации

### 3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности,

		- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/НЕЗАЧЕТНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

#### **4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине**

Типовые контрольные задания для проверки знаний студентов (пороговый уровень формирования компетенции):

##### **Типовые вопросы**

1. С какими вызовами учреждения культуры сталкиваются сегодня?
2. В чем специфика связей с общественностью в учреждениях культуры?
3. Назовите плюсы и минусы индустриализации культуры?
4. Перечислите основные коммуникативные модели и их структуру?
5. Что такое коммуникационная стратегия?
6. Какие способы манипулирования в пиар вы знаете?
7. Какова этика пиар-специалиста в эпоху пост-правды?
8. Что такое сторителлинг и как он применяется учреждениями культуры?
9. Какие целевые аудитории существуют у музея?
10. На что может быть направлена коммуникационная стратегия творческой личности?
11. Как оценивается КРІ пиарщика?
12. Что такое эмоциональный, рациональный, мотивационный КРІ?
13. Дайте определение арт-рынка?
14. Подробно расскажите суть информационной функции арт-рынка?
15. Как Интернет и новые медиа отразились на арт-рынке?
16. Что такое медийный арт акционизм? Назовите основных представителей и их проекты?
17. Как возможности искусственного интеллекта применяются в арт-бизнесе?
18. Назовите направления деятельности пресс-службы?
19. Назовите задачи руководителя пресс-службы?
20. В чем специфика пиара арт-проектов?
21. Назовите причины обращения в пиар-агентство или стороннему пиар-менеджеру?
22. Сравните рекламный, журналистский и PR-тексты.
23. В чем разница между арт-критикой и арт-журналистикой?
24. Какие ведомства ответственны за экспорт российских культурных ценностей в различных направлениях?
25. Какую деятельность ведут РОСИЗО и ГЦСИ?
26. Каким образом осуществляется культурное сотрудничество России и стран СНГ?
27. Какое место Россия занимает в Индексе национальных брендов?
28. Какие рекомендации Саймон Анхольт предлагает России по укреплению ее национального бренда?
29. Как к концепции мягкой силы относится президент страны В.В. Путин?
30. Сформулируйте основные принципы государственной культурной политики?
31. Какие аспекты вызывают трудности при формировании российского культурного бренда за рубежом?

32. Назовите устойчивые культурные символы современной России?

### Типовые тесты

**1. Что используется в PR для влияния на общественное мнение? Выбор единственно правильного ответа**

1. информация
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

**2. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR: Выбор единственно правильного ответа.)**

1. формирование имиджа
2. изучение общественного мнения
3. анализ экономической деятельности предприятия
4. исследование отношений в организации

**3. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции? Выбор единственно правильного ответа**

1. определение проблемы
2. планирование программы
3. оценка программы
4. интерпретация общественного мнения
5. осуществление коммуникаций

**4. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации: Выбор единственно правильного ответа**

1. телевидение
2. филиалы организации на местах
3. телеграфное агентство
4. радио

**5. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе: Выбор единственно правильного ответа**

1. новостной релиз
2. пресс-релиз
3. стрингер
4. медиа-кит

**6. Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации Выбор единственно правильного ответа**

1. Телевидение
2. Радио
3. Пресса
4. Интернет

**7. При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?**

1. Планирование PR кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы



#### **4. Анализ эффективности результатов PR кампании**

**8. План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:** Выбор единственно правильного ответа

0) анализа PR проблемы

**1) плана PR кампании**

2) анализа целевых аудиторий

3) определения рейтинга

9. Дайте определение сторителлинга

\_\_\_\_\_

10. Дайте определение медийного арт-акционизма

\_\_\_\_\_

11. Перечислите основные принципы деятельности пиар-отдела учреждения культуры

\_\_\_\_\_

12. Дайте определение информационному партнерству

Задания для проверки умений и навыков применения студентами теоретических знаний при решении широкого круга проблемно-аналитических и практических учебно-профессиональных задач, типовых задач (продвинутой и повышенной уровень формирования компетенции):

#### **Типовые проблемно-аналитические задания**

Придумайте арт-проект и напишите:

- его пресс-релиз;
- идеи для вирусного продвижения в соц.сетях
- концепцию видео-блогинга

2. Критически представить содержание программы (по выбору студента).

- интерпретация промышленного ресурса региона в деятельности музея;
- «специальные события» в музее: «немусейные» мероприятия как способ привлечения дополнительной информационной поддержки;

**3. Разработка коммуникационной стратегии по продвижению выставки. Задача – привлечь их в музей/галерею**

Учебное задание выполняется в составе рабочих групп.

1-я группа разрабатывает каналы и концепцию продвижения среди молодежной аудитории (школьники 10-17 лет)

2-я – среди иностранных посетителей.

**Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

10. Подготовка исследовательских проектов по темам.
11. Сотрудничество музеев с рекламными брендами.
12. Пиар-кампании учреждений культуры: опыт успешной реализации.
13. Ключевые художественные критики современной России.
14. Ключевые театральные критики современной России.
15. Ключевые музыкальные критики современной России.
16. Ключевые кинокритики современной России.
17. Роль арт-проектов в продвижении русской культуры за рубежом.
18. Устойчивые культурные символы современной России.

#### **Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:**

1. Специфика связей с общественностью в учреждениях культуры.
2. Перечислите основные коммуникативные модели и их структуру.
3. Коммуникационная стратегия.
4. Способы манипулирования в пиар.
5. Сторителлинг и как он применяется учреждениями культуры.
6. Целевые аудитории музея.
7. Коммуникационная стратегия творческой личности.
8. Эмоциональный, рациональный, мотивационный КРІ.
9. Дайте определение арт-рынка и роль информационной функции арт-рынка.
10. Медийный арт- акционизм.
11. Направления деятельности пресс-службы.
12. Задачи руководителя пресс-службы.
13. Специфика пиара арт-проектов.
14. Рекламный, журналистский и PR-тексты.
15. Разница между арт-критикой и арт-журналистикой.
16. Ведомства ответственные за экспорт российских культурных ценностей.
17. Деятельность РОСИЗО и ГЦСИ.
18. Культурное сотрудничество России и стран СНГ.
19. Основные принципы государственной культурной политики.
20. Устойчивые культурные символы современной России.

#### **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций (знаний, умений, владений)**

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированной оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;

- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

### **Опросы по вынесенным на обсуждение темам**

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

### **Решение заданий (кейс-методы)**

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

### **Решение заданий в тестовой форме**

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы,

вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.