

Министерство культуры Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»
(ХГИК)

Кафедра социально-культурной деятельности

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной, научной и
международной деятельности

Е.В. Савелова

22.05.2024 г.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Уровень бакалавриата
(2024 год набора,
заочная форма обучения)

Направление подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельность

Профиль подготовки
Менеджмент социально-культурной деятельности

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		3		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	8	8	6	6	14	14
Практические	8	8	8	8	16	16
Итого ауд.	16	16	14	14	30	30
Контактная работа	16	16	14	14	30	30
Сам. работа	92	92	18	18	110	110
Часы на контроль			4	4	4	4
Итого	108	108	36	36	144	144

Программу составил(и):

канд. пед. наук, доц. Теньшова О. Н.

Рабочая программа дисциплины

Теория и практика связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность (приказ Минобрнауки России от 06.12.2017 г. № 1179)

составлена на основании учебного плана

«Социально-культурная деятельность», утвержденного Учёным советом вуза, протокол № 11 от 24.04.2024 г.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры социально-культурной деятельности

протокол № 9 от 15.05.2024 г.

Зав. кафедрой Теньшова Ольга Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
социально-культурной деятельности

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Теньшова Ольга Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
социально-культурной деятельности

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Теньшова Ольга Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
социально-культурной деятельности

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Теньшова Ольга Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
социально-культурной деятельности

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Теньшова Ольга Николаевна

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» - формирование фундаментальных знаний и представлений в области связей с общественностью (в том числе в социокультурной сфере) как важной составляющей профессиональной деятельности (в рамках комплексного освоения базовых теоретико-методологических и практико-методологических аспектов и составляющих данной проблематики).

Задачи освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»:

- сформировать комплексные представления относительно связей с общественностью как многоплановой области знания и деятельности - применительно к основным её теоретико-методологическим и практико-методологическим составляющим;
- сформировать комплексные представления о специфике связей с общественностью и PR-деятельности в рамках социокультурной сферы – применительно к задачам разработки стратегий и принципов в области потенциальных целенаправленных PR-стратегий, влияющих на социокультурную среду;
- сформировать комплексные представления об основных методиках PR-деятельности, их видах, принципах и структуре – применительно к перспективам их использования в профессиональной деятельности;
- комплексно и последовательно овладеть сведениями относительно теоретических и организационных основ прикладной реализации методик PR-деятельности - с учетом конкретных микросоциальных условий и ситуаций, влияний различных факторов;
- выработать и сформировать у себя основополагающие умения и навыки в сфере комплексного анализа теоретико-методологических и практико-методологических аспектов и составляющих методик PR-деятельности, а также в области разработки базовых алгоритмов деятельности применительно к таким методикам и стратегиям.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Менеджмент в сфере культуры и искусства
2.1.2	Маркетинг социально-культурной деятельности
2.1.3	Экономика культуры
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Экономика культуры

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-11: Готов осуществлять социально-культурное проектирование на основе изучения запросов населения , с учетом возраста, образования, социальных, национальных и других различий социальных групп

Знать:

- направления развития комплексных инновационных программ и проектов развития социально-культурной деятельности, особенности их реализации;
- основные понятия, технологии и приоритетные направления социально-культурного проектирования, его обусловленность социально-культурной ситуацией.

Уметь:

- реализовывать инновационные программы и проекты развития социально-культурной деятельности в учреждениях культуры;
- организовывать коммуникации в процессе работы над инновационными проектами и программами социально-культурного;
- разрабатывать социально-культурный проект на основе изучения запросов, интересов с учетом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных различий групп населения.

Владеть:

- навыками разработки и внедрения социально-культурных проектов, применения основных инновационных технологий в проектировании деятельности учреждений культуры;
- навыками работы в команде, организации деловых коммуникаций;
- навыками диагностики и оценки запросов, интересов населения с учетом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных различий.

ПК-10: Готов к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций ее развития;осуществлять прикладные научные исследования социально-культурной деятельности и делать на этой основе продуктивные прогнозы, принимать правильные управленческие решения

Знать:

- методологию и методику прикладного научного исследования; технологии изучения потребностей и запросов

участников социально-культурной деятельности

Уметь:

- выявлять основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества;
- изучать культурные потребности участников социально-культурной деятельности с помощью различных методов

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

ПК-9: Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности

Знать:

- общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере;
- нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры;
- технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и требования к организации;
- основы работы с персоналом учреждений культуры

Уметь:

- осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности;
- принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры;
- применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности;
- проводить маркетинговые исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры

Владеть:

- современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере;
- навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

- основы деловой коммуникации, особенности ее осуществления в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах);
- основные типы норм современного русского литературного языка; особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения;
- правила делового этикета и приемы совершенствования голосоречевой техники;
- основные механизмы и методы формирования имиджа делового человека.

Уметь:

- осуществлять деловые коммуникации, в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах);
- оценивать степень эффективности общения, определяя причины коммуникативных удач и неудач;
- выявлять и устранять собственные речевые ошибки;
- строить выступление в соответствии с замыслом речи, свободно держаться перед аудиторией, осуществлять обратную связь с ней;
- анализировать цели и задачи процесса общения в различных ситуациях профессиональной жизни.

Владеть:

- навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном (ых) языке(ах);
- способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; иностранным (ми) языком(ами) для реализации профессиональной деятельности и в ситуациях повседневного общения.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:

- общие особенности деловой коммуникации и делового общения в рамках связей с общественностью, теории и технологий менеджмента и маркетинга в сфере СКД, предполагающих опору на связи с общественностью, выявления, изучения и прогнозирования развития культурных потребностей и запросов в рамках реализации основных методик в сфере связей с общественностью и прикладных исследований;
- специфику использования базовых методик в области связей с общественностью, а также различных маркетинговых исследований, нормативно-правовых основ и принципов работы с персоналом для реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере СКД;
- специфику проявлений конкретных влияний современных российских условий реализацию технологий менеджмента, маркетинга и связей с общественностью в сфере СКД;
- основные подходы к рассматриваемой в рамках дисциплины проблематике;
- особенности и принципы формирования имиджа делового человека методами деловой коммуникации и делового общения в современных условиях;
- основные проблемы формирования имиджа делового человека методами деловой коммуникации и делового общения в современных условиях;
- основные принципы и проблемы выявления, изучения и прогнозирования развития культурных потребностей и запросов в рамках реализации основных методик в сфере связей с общественностью и прикладных исследований, а также применительно к разработке и реализации прикладных исследований (маркетинговых, социологических) для изучения основных тенденций развития общества и культуры и рынка услуг СКС

3.2 Уметь:

- осуществлять деловые коммуникации в устной и письменной формах в рамках PR-деятельности, оценивая степень эффективности общения, его удач и неудач;
- формировать свою логику PR –общения в соответствии с замыслом, осуществляя обратную связь с аудиторией;
- анализировать цели и задачи процесса общения в различных ситуациях профессиональной деятельности применительно к реализации своих PR-стратегий;
- комплексно анализировать и моделировать принципы и методы организации деятельности учреждения культуры применительно к решению различных проблемных ситуаций и реализации управленческих задач с использованием нормативно-правовых основ PR-деятельности и итогов исследований в сфере PR, рефлексивно анализировать проблематику выявления, изучения и прогнозирования тенденций социального, культурного и духовного развития общества, развития культурных потребностей и запросов участников СКД в рамках реализации основных методик в сфере связей с общественностью и прикладных исследований;
- использовать разнообразные научные источники, осуществлять эффективный поиск информации – в том числе через проведение маркетинговых исследований;
- использовать терминологию и понятийный аппарат настоящей учебной дисциплины;
- анализировать различные ресурсы, условия и факторы реализации базовых методик и коммуникаций в области связей с общественностью в рамках технологий менеджмента и маркетинга в сфере СКД, конкретные вопросы в рамках проблематики настоящей учебной дисциплины;
- использовать приобретенные знания в рамках профессиональной деятельности, социальной и профессиональной коммуникации и в межличностном общении

3.3 Иметь навыки и (или) опыт деятельности:

- формирования своей деловой коммуникации в рамках реализации своих PR–стратегий в устной и письменной формах;
- формирования своих стратегий взаимодействий в условиях поликультур-ной среды;
- комплексного анализа проблематики PR–взаимодействий;
- комплексного поиска, анализа и синтеза информации, нормативно-правовых документов, анализа и синтеза информации, изучения, диагностики и оценки тенденций в сфере СКД, в сфере социокультурного и духовного развития общества, в области тенденций на рынке услуг СКС;
- моделирования алгоритмов практического применения технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры;
- ведения научных дискуссий по проблемам настоящей учебной дисциплины

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Общие проблемы связей с общественностью как явления (4 семестр) /Раздел/				
Тема 1. Теория и практика связей с общественностью как комплексная научная дисциплина. Понятие PR. Методика исследования и технология формирования потребностей, запросов, интересов и мотивов поведения человека средствами PR	2			
Теория и практика связей с общественностью как комплексная научная дисциплина. Понятие PR. Методика исследования и технология формирования потребностей, запросов, интересов и мотивов поведения человека средствами PR (лекция) /Лек/		4	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1
Теория и практика связей с общественностью как комплексная научная дисциплина. Понятие PR. Методика исследования и технология формирования потребностей, запросов, интересов и мотивов поведения человека средствами PR (самостоятельная работа) /Ср/		46	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Тема 2. Социальная среда социокультурной организации как комплексное явление. Внешняя и внутренняя социальная среда социокультурной организации. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования в СКС. Основные пути и средства сохранения и повышения репутации субъектов социально-культурной деятельности. Планирование и организация PR-деятельности в организации СКС	2			
Социальная среда социокультурной организации как комплексное явление. Внешняя и внутренняя социальная среда социокультурной организации. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования в СКС. Основные пути и средства сохранения и повышения репутации субъектов социально-культурной деятельности. Планирование и организация PR-деятельности в организации СКС (лекция) /Лек/		4	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1
Социальная среда социокультурной организации как комплексное явление. Внешняя и внутренняя социальная среда социокультурной организации. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования в СКС. Основные пути и средства сохранения и повышения репутации субъектов социально-культурной деятельности. Планирование и организация PR-деятельности в организации СКС (самостоятельная работа) /Ср/		46	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1
Социальная среда социокультурной организации как комплексное явление. Внешняя и внутренняя социальная среда социокультурной организации. Традиции в системе общественных отношений и пути их формирования в СКС. Основные пути и средства сохранения и повышения репутации субъектов социально-культурной деятельности. Планирование и организация PR-деятельности в организации СКС(практическое занятие) /Пр/		8	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 2. Прикладные аспекты PR-деятельности, ее культурное и «человеческое» измерение (5 семестр) /Раздел/				
Тема 3. Содержание делового общения в PR-деятельности как комплексное явление. Работа со СМИ как комплексное явление	3			
Содержание делового общения в PR-деятельности как комплексное явление. Работа со СМИ как комплексное явление (самостоятельная работа) /Ср/		6	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1
Содержание делового общения в PR-деятельности как комплексное явление. Работа со СМИ как комплексное явление (лекция) /Лек/		2	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1
Тема 4. Спецмероприятия PR. Подготовка публичных выступлений. Организационно-экономические формы PR как комплексное явление. PR: управление кризисом в организации	3			
Спецмероприятия PR. Подготовка публичных выступлений. Организационно-экономические формы PR как комплексное явление. PR: управление кризисом в организации (лекция) /Лек/		2	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1
Спецмероприятия PR. Подготовка публичных выступлений. Организационно-экономические формы PR как комплексное явление. PR: управление кризисом в организации (самостоятельная работа) /Ср/		6	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Спецмероприятия PR. Подготовка публичных выступлений. Организационно-экономические формы PR как комплексное явление. PR: управление кризисом в организации (практическое занятие) /Пр/		4	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1
Тема 5. Основные требования к специалисту по связям с общественностью. Пути повышения квалификации. Этические аспекты PR в социально-культурной сфере	3			
Основные требования к специалисту по связям с общественностью. Пути повышения квалификации. Этические аспекты PR в социально-культурной сфере (лекция) /Лек/		2	ПК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1
Основные требования к специалисту по связям с общественностью. Пути повышения квалификации. Этические аспекты PR в социально-культурной сфере (самостоятельная работа) /Ср/		6	ПК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1
Основные требования к специалисту по связям с общественностью. Пути повышения квалификации. Этические аспекты PR в социально-культурной сфере (практическое занятие) /Пр/		4	ПК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Зачёт /Раздел/				
Тема 6. Промежуточный контроль	3			
Промежуточный контроль /Зачёт/		4	ПК-9 ПК-10	Л1.1 Л1.2Л2.1

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Материалы для оценки и контроля результатов обучения (заочная форма обучения)

Теоретические вопросы (вопросы к зачету, 3 курс)

- Общие особенности теории связей с общественностью как области научного знания, ее значение для СКС (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Общие особенности научного изучения связей с общественностью и PR в рамках СКС (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Общие особенности PR как социального явления (УК-4, ПК-9, ПК-10).
- Сходства и отличия PR в СКС с рекламой и пропагандой (ПК-9, ПК-10).
- Значение PR для современной цивилизации, культуры и СКС (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Современная культура, СКС и PR (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Связи с общественностью как социальное явление, их значение для СКС (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Значение связей с общественностью для менеджмента в СКС (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- PR в рамках деятельности учреждения СКС: маркетинговое значение (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Маркетинговые коммуникации и PR в СКС: специфика взаимосвязей (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- PR-стратегии и Интернет в социокультурной сфере (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- «Внутренний» PR и менеджмент в социокультурной сфере (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- История становления PR как области научного знания: общие черты (ПК-9).
- История становления PR как области научного знания в мире (ПК-9).
- История становления PR как области научного знания в России (ПК-9).
- Профессиональная этика в рамках PR-деятельности: значение для СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Социальная среда социокультурной организации как комплексное явление, ее влияния на PR-стратегии (ПК-9, ПК-10).
- Внешняя социальная среда социокультурной организации и PR (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Внутренняя социальная среда социокультурной организации и PR. (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Мотивы, потребности, интересы и запросы людей в культурной сфере (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Формирование мотивов, интересов, запросов и потребностей в сфере СКС методами PR-деятельности (ПК-9, ПК-10).
- Реализация PR-стратегий в современных условиях как проблема (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Основные принципы деятельности специалиста в области PR (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Основные социокультурные общности как адресаты PR-деятельности (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
- Взаимодействия со СМИ, PR-деятельность и СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).

26. Подбор материалов для прессы и PR-деятельность в СКС (ПК-9).
27. Содержание и принципы делового общения применительно к PR в рамках СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
28. Основные принципы коммуникации в PR-деятельности (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
29. Основные проблемы коммуникации в PR-деятельности (УК-4, ПК-9, ПК-10, ПК-11).
30. Проблема коммуникативных барьеров в сфере PR-деятельности и путей их преодоления в рамках СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
31. Специальные мероприятия в рамках PR-деятельности в рамках СКС («Дни открытых дверей», «круглые столы», праздники, фестивали, выставки и т.д.) (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
32. Проблемы проведения спецмероприятий PR в рамках СКС в современных условиях (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
33. Проблемы проведения спецмероприятий PR в рамках СКС в России (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
34. Спонсорство как форма PR-деятельности в рамках СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
35. Тенденции и перспективы развития современного спонсорства в рамках СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
36. Имидж и фирменный стиль как социокультурные явления (ПК-9).
37. Фирменный стиль социокультурного учреждения и его трансляция (УК-4, ПК-9).
38. Корпоративная идентичность: аспекты и составляющие в рамках СКС (УК-4, ПК-9, ПК-10).
39. Архитектурно-планировочный дизайн, его значение для СКС (ПК-9).
40. Кризисные формы PR и СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
41. Креативные технологии в связях с общественностью и СКС (ПК-9, ПК-10).
42. Организация специальных событий: презентации, выставки, ярмарки (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
43. Основные коммуникации в паблик рилейшнз: значение для СКС (ПК-9, ПК-11).
44. Правила составления текстовых материалов в PR в рамках СКС (ПК-9).
45. Газеты как средство публичной информации и СКС (ПК-9).
46. Вербальные коммуникации в паблик рилейшнз (ПК-9).
47. Паблисити: корпоративный имидж (ПК-9, ПК-10).
48. Планирование PR- кампании в рамках СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
49. Методика исследования общественного мнения и PR в СКС (ПК-10, ПК-11).
50. Паблик рилейшнз как функция менеджмента в СКС (ПК-9, ПК-10).
51. Работа с прессой в рамках СКС: пресс-, или ньюз- релиз (ПК-9, ПК-11).
52. Работа с радио и телевидением: значение для PR в СКС (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
53. Профессиональная подготовка специалиста по связям с общественностью и социокультурная сфера (ПК-9, ПК-10, ПК-11).
54. Этические нормы и принципы PR-деятельности и СКС. Кодекс ESOMAR (ПК-9, ПК-10, ПК-11).

5.2. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств см. по ссылке

Фонд контрольно-измерительных материалов см. по ссылке

5.3. Показатели и критерии оценивания компетенций

Промежуточная аттестация реализуется в ходе сдачи обучающимися зачета. Таким образом, формой промежуточной аттестации является зачет. Зачеты являются недифференцированными. Зачет проводится в форме собеседования по теоретическим вопросам, представленным в настоящей программе в пункте 5.3. Студент получает два теоретических вопроса. На подготовку ответа отводится 30 минут. По результатам сдачи зачета студенты получают отметку «зачтено» либо «не зачтено». Оценка знаний производится в рамках пятибалльной шкалы применительно к критериям для недифференцированных зачетов (количественные оценки «отлично», «хорошо» и «удовлетворительно» в рамках зачета эквивалентны показателю «зачтено»; количественная оценка «неудовлетворительно» эквивалентна показателю «не зачтено»). В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать зачет в установленном порядке.

Критерии оценивания для проведения промежуточной аттестации учащихся по дисциплине:

Оценка "Отлично" / Зачтено - Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью; практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все учебные задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины, выполнены; уровень качества их выполнения оценен как высокий.

Оценка "Хорошо" / Зачтено - Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все учебные задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины, выполнены; уровень качества их выполнения оценен как продвинутый.

Оценка "Удовлетворительно" / Зачтено - Теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; не все учебные задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины, выполнены, либо качество выполнения некоторых заданий не соответствует базовому уровню.

Оценка "Неудовлетворительно" / Незачтено - Теоретическое содержание дисциплины освоено фрагментарно; навыки работы с материалом несформированы; не все учебные задания, предусмотренные рабочей программой дисциплины, выполнены, либо качество выполнения некоторых заданий не соответствует базовому уровню.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины см. в приложениях, файл "МУП"

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**7.1. Рекомендуемая литература****7.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, кол-во
Л1.1	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042	Москва: Дашков и К°, 2020. - 324 с.
Л1.2	Лужнова Н. В.	Маркетинговые коммуникации: учебное пособие https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2016. - 141 с.

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, кол-во
Л2.1	Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719	Москва: Юнити, 2015. - 431 с.

7.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Microsoft Windows
6.3.1.2	Microsoft Office 2010
6.3.1.3	Adobe Creative Suite 6 Master Collection
6.3.1.4	Libre Office
6.3.1.5	AIMP
6.3.1.6	Windows Media Classic
6.3.1.7	Chrome
6.3.1.8	Kaspeky Endpoint Security

7.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Гарант
6.3.2.2	БД Электронная Система «Культура»
6.3.2.3	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6.3.2.4	Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог)
6.3.2.5	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика»
6.3.2.6	Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК»
6.3.2.7	Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека
6.3.2.8	ЭБС ЛАНЬ
6.3.2.9	Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ
6.3.2.10	eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека
6.3.2.11	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
6.3.2.12	Полнотекстовая база данных Web of Science и Scopus

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оборудование	Программное обеспечение
-----------	------------	--------------	-------------------------

Аудитория	Назначение	Оборудование	Программное обеспечение
209	Помещение для самостоятельной работы (читальный зал библиотеки)	Специализированная мебель на 25 посадочных мест (столы, стулья, книжные шкафы), телевизор, книжный и документальный фонд. Персональные компьютеры (9 шт.) с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза.	Microsoft Windows AIMP Kaspesky Endpoint Security OpenOffice Acrobat Reader NVDA
211	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации	Специализированная мебель на 24 посадочных места (столы письменные, стулья, рабочее место преподавателя, кафедра, доска настенная, аудиторная). Демонстрационное оборудование (мультимедийный презентационный комплекс в составе проектора, экрана, активной акустической системы, персонального компьютера), учебно-наглядные пособия (в т.ч. в электронном виде).	Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspesky Endpoint Security
215б	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Специализированная мебель на 10 посадочных мест (столы письменные, стулья, рабочее место преподавателя, доска настенная, аудиторная). Телевизор Phillips, персональный компьютер (1 шт.).	Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspesky Endpoint Security

9. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Воспитание обучающихся при освоении ими основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) осуществляется на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, включаемых в ОПОП.

Цель воспитательной работы – создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачи воспитательной работы: развитие мировоззрения и актуализация системы базовых ценностей личности, приобщение к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям; воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности; воспитание положительного отношения к труду, формирование культуры и этики профессионального общения; формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности; воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде; повышение уровня культуры безопасного поведения.

Особенности и традиции Института обуславливают следующие основные направления воспитательной работы: патриотическое, гражданское, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, волонтерское (добровольческое), экологическое, физическое. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе образовательной организации: проектная деятельность (как коллективное творческое дело), волонтерская деятельность, учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность, досуговая, творческая и социально-культурная деятельность и др.

Воспитательный потенциал учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности реализуется в процессе развития исследовательской компетентности обучающихся на протяжении всего срока их обучения в Институте. Результаты студенческой научно-исследовательской деятельности проходят апробацию в рамках научных и научно-практических конференций различного уровня, в т.ч. конференций, организованных Институте.

Социально-культурная и творческая деятельность обучающихся реализуется при организации и проведении значимых событий и мероприятий гражданско-патриотической, научно-исследовательской, социокультурной и физкультурно-

спортивной направленности. Виды творческой деятельности обучающихся в Институте: музыкальное творчество, хореографическое творчество, театральное творчество, научное творчество, медиапроекты и др.

Волонтерская деятельность обучающихся – широкий круг направлений созидательной деятельности, включающий различные формы гражданского участия. По инициативе обучающихся и при их активном участии в Институте осуществляет свою деятельность добровольческий отряд «Мы».

Реализацию Рабочей программы воспитания помогает обеспечивать взаимодействие с различными социальными институтами, субъектами воспитания. Особое значение для воспитательного процесса имеет организация практической деятельности обучающихся с целью развития профессиональных компетенций в условиях Института и профильных учреждений и организаций.

10. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws , «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания курсовой или выпускной квалификационной работы.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта e.lanbook.ru, необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda.

Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.