

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

Кафедра библиотечно-информационной деятельности, документоведения и

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной, научной и
международной деятельности

Е.В. Савелова

22.05.2024 г.

БИБЛИОТЕЧНЫЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Уровень бакалавриата

(2024 год набора,
заочная форма обучения)

Направление подготовки

51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность

Профиль подготовки

Менеджмент библиотечно-информационной деятельности

Распределение часов дисциплины по курсам

| Курс | 5 | | Итого | |
|---------------------|-----|-----|-------|-----|
| | уп | ип | | |
| Вид занятий | | | | |
| Лекции | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Практические | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Семинарские занятия | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Итого ауд. | 42 | 42 | 42 | 42 |
| Контактная работа | 42 | 42 | 42 | 42 |
| Сам. работа | 93 | 93 | 93 | 93 |
| Часы на контроль | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Итого | 144 | 144 | 144 | 144 |

Программу составил(и):

ст. пр. Суберляк Наталья Викторовна

Рабочая программа дисциплины

Библиотечные общественные коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность (приказ Минобрнауки России от 06.12.2017 г. № 1182)

составлена на основании учебного плана

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

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

протокол № 9 от 15.05.2024 г.

Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Сформировать у студентов навыки организации рекламной работы в условиях библиотеки и навыки налаживания устойчивых общественных связей для успешной деятельности современной библиотеки

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

| | |
|-------------------|---|
| Цикл (раздел) ОП: | Б1.В |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Библиотека в системе социальных коммуникаций |
| 2.1.2 | Библиотечное обслуживание |
| 2.1.3 | Маркетинг библиотечно-информационной деятельности |
| 2.2 | Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Стратегический менеджмент библиотечно-информационной деятельности |

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

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Знать:

- особенности социального взаимодействия в библиотечной отрасли;
- особенности социального взаимодействия в процессе организации библиотечных общественных коммуникаций.

Уметь:

- осуществлять социальное взаимодействие в библиотечной отрасли;
- взаимодействовать с членами библиотечного коллектива, библиотечного сообщества в в процессе организации библиотечных общественных коммуникаций.

Владеть:

навыками социального взаимодействия в процессе организации библиотечных общественных коммуникаций.

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

Знать:

- специфику составления письменных и устных рекламных и ПР-текстов;
- и понимать значимость письменных и устных рекламных и ПР-текстов в продвижении деятельности современной библиотеки.

Уметь:

- учитывать специфику составления письменных и устных рекламных и ПР-текстов для библиотек;
- использовать письменные и устные рекламные и ПР-тексты для продвижения деятельности современной библиотеки.

Владеть:

навыками самостоятельного составления различных жанров письменных и устных рекламных и ПР-текстов для продвижения деятельности современной библиотеки.

ПК-12: готовностью к социальному партнерству

Знать:

- основные правила организации социального партнерства в условиях библиотеки;
- различные формы организации социального партнерства в условиях библиотеки.

Уметь:

использовать правила и различные формы организации социального партнерства библиотеки для эффективного решения управленческих задач.

Владеть:

навыками самостоятельного использования правил и форм организации социального партнерства для эффективного решения управленческих задач конкретной библиотеки.

ПК-11: способностью к организации системы маркетинга библиотечно-информационной деятельности

Знать:

- особенности организации маркетинговой деятельности библиотечно-информационных структур;
- теоретические основы различных видов маркетинговых коммуникаций в библиотечно-информационных структурах;
- порядок организации маркетинговых коммуникаций в библиотечно-информационных структурах.

Уметь:

- организовывать маркетинговую деятельность библиотечно-информационных структур;
- организовывать различные виды маркетинговых коммуникаций в библиотечно-информационных структурах.

Владеть:

навыками самостоятельного использования инструментов маркетинга для продвижения деятельности библиотеки.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:

- специфику составления письменных и устных рекламных и ПР-текстов;
- теоретические основы различных видов маркетинговых коммуникаций в библиотечно-информационных структурах;
- основные правила организации социального партнерства в условиях библиотеки;
- различные формы организации социального партнерства в условиях библиотеки.

3.2 Уметь:

- использовать письменные и устные рекламные и ПР-тексты для продвижения деятельности современной библиотеки;
- организовывать различные виды маркетинговых коммуникаций в библиотечно-информационных структурах.

3.3 Иметь навыки и (или) опыт деятельности:

- социального взаимодействия в процессе организации библиотечных общественных коммуникаций;
- самостоятельного составления различных жанров письменных и устных рекламных и ПР-текстов для продвижения деятельности современной библиотеки;
- самостоятельного использования правил и форм организации социального партнерства для эффективного решения управленческих задач конкретной библиотеки.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература |
|--|----------------|-------|-----------------------|--|
| Реклама как способ коммуникации современной библиотеки /Раздел/ | | | | |
| Тема 1. Реклама как компонент маркетинговой коммуникации | 5 | | | |
| Реклама как компонент маркетинговой коммуникации (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Реклама как компонент маркетинговой коммуникации (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 2. Каналы и средства распространения библиотечной рекламы | 5 | | | |
| Каналы и средства распространения библиотечной рекламы (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Каналы и средства распространения библиотечной рекламы (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 3. Формирование фирменного стиля библиотеки | 5 | | | |
| Формирование фирменного стиля библиотеки (лекция) /Лек/ | | 2 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Формирование фирменного стиля библиотеки (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Формирование фирменного стиля библиотеки (практическое занятие) /Пр/ | | 4 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Формирование фирменного стиля библиотеки (семинарское занятие) /Сем зан/ | | 4 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 4. Технология составления библиотечных рекламных текстов | 5 | | | |
| Технология составления библиотечных рекламных текстов (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |

| Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература |
|---|----------------|-------|--------------------------|--|
| Технология составления библиотечных рекламных текстов (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Технология составления библиотечных рекламных текстов (практическое занятие) /Пр/ | | 4 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 5. Рекламное значение книжных выставок | 5 | | | |
| Рекламное значение книжных выставок (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Рекламное значение книжных выставок (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Рекламное значение книжных выставок (практическое занятие) /Пр/ | | 4 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 6. Библиотечно-библиографические плакаты как жанр наглядной рекламы | 5 | | | |
| Библиотечно-библиографические плакаты как жанр наглядной рекламы (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Библиотечно-библиографические плакаты как жанр наглядной рекламы (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 7. Библиотечно-библиографические плакаты как жанр наглядной рекламы | 5 | | | |
| Библиотечно-библиографические плакаты как жанр наглядной рекламы (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Библиотечно-библиографические плакаты как жанр наглядной рекламы (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 8. Организация и технология проведения рекламных кампаний в библиотеке | 5 | | | |
| Организация и технология проведения рекламных кампаний в библиотеке (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Организация и технология проведения рекламных кампаний в библиотеке (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 9. Оценка эффективности библиотечной рекламы | 5 | | | |
| Оценка эффективности библиотечной рекламы (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Оценка эффективности библиотечной рекламы (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература |
| Связи с общественностью как способ коммуникации современной библиотеки /Раздел/ | | | | |
| Тема 10. Предмет, структура, основные функции общественных отношений | 5 | | | |
| Предмет, структура, основные функции общественных отношений (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Предмет, структура, основные функции общественных отношений (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |

| Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература |
|---|----------------|-------|--------------------------|--|
| Тема 11. Информационные процессы в обществе и управление ими | 5 | | | |
| Информационные процессы в обществе и управление ими (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Информационные процессы в обществе и управление ими (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 12. Использование в PR-практике библиотеки различных жанров PR–текстов | 5 | | | |
| Использование в PR-практике библиотеки различных жанров PR–текстов (лекция) /Лек/ | | 2 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Использование в PR-практике библиотеки различных жанров PR–текстов (практическая работа) /Пр/ | | 4 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Использование в PR-практике библиотеки различных жанров PR–текстов (самостоятельная работа) /Ср/ | | 12 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 13. Использование в PR-практике библиотеки мероприятий, направленных на установление и поддержание отношений со средствами массовой информации | 5 | | | |
| Использование в PR -практике библиотеки мероприятий, направленных на установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Использование в PR -практике библиотеки мероприятий, направленных на установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (самостоятельная работа) /Ср/ | | 6 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Использование в PR -практике библиотеки мероприятий, направленных на установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (практическое занятие) /Пр/ | | 2 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Тема 14. Использование в библиотеке специальных и корпоративных PR–мероприятий | 5 | | | |
| Использование в библиотеке специальных и корпоративных PR–мероприятий (лекция) /Лек/ | | 1 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Использование в библиотеке специальных и корпоративных PR–мероприятий (самостоятельная работа) /Ср/ | | 9 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Использование в библиотеке специальных и корпоративных PR–мероприятий (практическое занятие) /Пр/ | | 2 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Использование в библиотеке специальных и корпоративных PR–мероприятий (семинарское занятие) /Сем зан/ | | 2 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |
| Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература |
| Экзамен /Раздел/ | | | | |
| Тема 15. Промежуточный контроль | 5 | | | |
| Промежуточный контроль /Экзамен/ | | 9 | УК-3 УК-4 ПК-12 ПК-11 | Л1.4 Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3 |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к экзамену:

1. Сущность и функции рекламы как компонента маркетинговой коммуникации.
2. Правовое регулирование рекламной деятельности в России.
3. Задачи и социальная роль отечественной библиотечной рекламы
4. Классификация рекламных средств.
5. Аудиовизуальная реклама, возможность ее применения в библиотеке.
6. Библиотечные плакаты как средство рекламы книги и библиотеки.
7. Виды композиционного построения рекламных текстов
8. Выставки как средство рекламы книги и библиотеки.
9. Дизайн и оформление помещения библиотеки как средства престижной рекламы.
10. Наружная реклама: особенности организации и возможность применения в библиотеке.
11. Организация и планирование рекламных мероприятий в библиотеке.
12. Требования к текстам библиотечных рекламных сообщений.
13. Особенности организации наружной рекламы библиотеки.
14. Особенности организации внутренней рекламы в библиотеке.
15. Возможности использования телевизионных и радио каналов для продвижения библиотечной рекламы.
16. Изучение эффективности библиотечной рекламы.
17. Особенности использования печатной рекламы в условиях библиотеки.
18. Использование печатных средств массовой информации для продвижения библиотечных услуг и информационных продуктов.
19. Рекламные функции библиотечно-библиографических плакатов.
20. Фирменный стиль библиотеки: основные элементы, роль в коммуникационной политике библиотеки.
21. Сущность и функции связей с общественностью как компонента маркетинговой коммуникации.
22. Соотношений понятий «маркетинг», «реклама» и «ПР».
23. Правовые и этические основы организации отношений с общественностью.
24. Возможности использования различных жанровых разновидностей ПР-текстов в условиях библиотеки.
25. Типология ПР-мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ.
26. Изучение эффективности отношений с общественностью библиотеки.
27. Роль общественного мнения в организации деятельности современной библиотеки.
28. Специальные и корпоративные библиотечные ПР-мероприятия.
29. Разновидности устных ПР-коммуникаций в библиотеке.
30. Специфика организации пресс-конференции.
31. Стилиевые требования к написанию пресс-релиза.
32. Технология подготовки и проведения презентации в условиях библиотеки.

Вопросы для самоконтроля:

1. Сущность и функции рекламы как компонента маркетинговой коммуникации.
2. Правовое регулирование рекламной деятельности в России.
3. Задачи и социальная роль отечественной библиотечной рекламы
4. Классификация рекламных средств.
5. Аудиовизуальная реклама, возможность ее применения в библиотеке.
6. Библиотечные плакаты как средства рекламы книги и библиотеки.
7. Виды композиционного построения рекламных текстов
8. Выставки, ярмарки как средства рекламы книги и библиотеки.
9. Дизайн и оформление помещения библиотеки как средства престижной рекламы.
10. Наружная реклама, возможность ее применения в библиотеке.
11. Организация и планирование рекламных мероприятий.
12. Организация и технология проведения рекламной кампании в библиотеке.
13. Основы разработки текстов библиотечных рекламных сообщений.
14. Особенности организации наружной рекламы библиотеки.
15. Особенности организации внутренней рекламы в библиотеке.
16. Возможности использования телевизионных и радио каналов для продвижения библиотечной рекламы.
17. Изучение эффективности библиотечной рекламы.
18. Способы и критерии оценки эффективности рекламной работы.
19. Особенности использования печатной рекламы в условиях библиотеке.
20. Отличие товарного знака, логотипа, эмблемы.
21. Особенности рекламирования библиотечных услуг и информационных продуктов в прессе.
22. Рекламные функции библиотечно-библиографических плакатов.
23. Фирменный стиль библиотеки: основные элементы, роль в коммуникационной политике библиотеки.
24. Принципы ПР-деятельности: краткая характеристика.
25. Корпоративная сущность ПР-деятельности.
26. Субъекты корпоративных отношений в ПР.
27. Средства корпоративной информации в системе ПР.
28. Учет корпоративных факторов в выборе стратегии и тактики паблик рилейшнз.
29. Паблик рилейшнз как элемент маркетингового комплекса и средство маркетинговой коммуникации в библиотеке.

30. Индивидуальный и корпоративный имидж библиотеки: пути его формирования средствами ПР.
31. Черты сходства и различия рекламы и ПР.
32. Особенности применения ПР-технологий в библиотечной отрасли.
33. Эффективность ПР-деятельности библиотеки.
34. Основные термины и понятия в сфере ПР.
35. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
36. Виды рабочих ПР-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
37. Оперативные рабочие информационные документы.
38. Имиджевые корпоративные документы.
39. Служебные ПР-документы.

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

Оценкой "отлично" оценивается ответ, если студент демонстрирует системные полные знания и умения по поставленному вопросу. Содержание вопроса излагает связно, в краткой форме, раскрывает последовательно суть изученного материала, демонстрируя прочность и прикладную направленность полученных знаний и умений, не допускает терминологических ошибок и фактических неточностей.

Оценкой "хорошо" оценивается ответ, в котором отсутствуют незначительные элементы содержания или присутствуют все необходимые элементы содержания, но допущены некоторые ошибки, иногда нарушалась последовательность изложения.

Оценкой "удовлетворительно" оценивается неполный ответ, в котором отсутствуют значительные элементы содержания или допущены существенные ошибки, нелогично, пространно изложено основное содержание вопроса.

Оценкой "неудовлетворительно" оценивается ответ, при котором студенты демонстрируют отрывочные, бессистемные знания, неумение выделить главное, существенное в ответе, допускают грубые ошибки.

"Зачтено" выставляется если студент демонстрирует оценивается ответ, в котором отсутствуют незначительные элементы содержания или присутствуют все необходимые элементы содержания, но допущены некоторые ошибки, иногда нарушалась последовательность изложения.

"Не зачтено" выставляется если студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, неумение выделить главное, существенное в ответе, допускают грубые ошибки.

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

Самостоятельная работа является важным элементом изучения дисциплины. Усвоение материала дисциплины на лекциях, семинарах, практических занятиях и в результате самостоятельной подготовки и изучения отдельных вопросов дисциплины, позволяют подойти к промежуточной аттестации подготовленным. Знания, накапливаемые постепенно и в различных ракурсах, с использованием противоположных мнений и взглядов на ту или иную проблему являются глубокими и качественными, и позволяют формировать соответствующие профессиональные компетенции как итог образовательного процесса.

Для систематизации знаний по дисциплине первоначальное внимание следует обратить на рабочую программу курса, которая включает в себя основные проблемы дисциплины (тематику занятий), в рамках которых и формируются вопросы для контроля и аттестации. Поэтому студент, заранее ознакомившись с программой курса, может лучше сориентироваться в последовательности освоения курса с позиций организации самостоятельной работы.

При организации процесса освоения дисциплины следует учитывать:

1. Планирование времени, отведенного на освоение дисциплины.

При планировании времени на освоение дисциплины следует руководствоваться: структурой дисциплины, в которой указаны количество академических часов в разрезе каждой темы, вида занятий (лекционное, семинарское или практическое) и часы на самостоятельную работу; формой промежуточной аттестации (экзамен).

2. Последовательность действий при освоении дисциплины.

Изучение каждой темы дисциплины целесообразно начинать со знакомства с содержанием дисциплины в разрезе тем; затем следует этап подбора источников из числа рекомендуемых и подобранных самостоятельно (научные статьи; информация правовых баз данных; информация с официальных сайтов государственных органов, органов местного самоуправления и др.). Изучение источниковедческой базы может сопровождаться конспектированием.

Целесообразно вести перечень проблемных вопросов как по существу темы, так и в случае затруднений с уяснением смысла изложенного в источниках материала (указанные вопросы могут быть разрешены самостоятельно, во время сессионных занятий или на консультации с преподавателем).

Для подготовки к практическим занятиям рекомендуется подробно изучить конспект лекций и нормативно-правовую базу и др. источники, формирующие базовые знания необходимые для выполнения практических работ, предусмотренных курсом.

Также рекомендуется ознакомиться с технологией проведения практических занятий, которая включает следующие этапы: объяснение задания и навыков (компетенций), которые закрепляются в ходе его выполнения; знакомство с конкретными источниками информации для выполнения задания; обсуждение и уточнение вопросов в ходе анализа источников информации; совместный просмотр первичных результатов, оценка их соответствия по формальным и содержательным требованиям.

3. Использование учебно-методических материалов и работа с литературой.

Следует применять следующую последовательность изучения источников для формирования знаний по темам дисциплины: нормативно-методические материалы по дисциплине; комментарии к законодательным актам; научную и учебную литературу, а также другие источники.

4. Подготовку к текущему контролю успеваемости.

Основной задачей текущего контроля успеваемости обучающихся является повышение качества знаний, приобретение и развитие ими навыков самостоятельной работы. Текущий контроль знаний обучающихся по дисциплине может иметь следующие виды: устный опрос на лекциях, практических занятиях; проверка выполнения письменных самостоятельных работ и домашних заданий; тестирование.

Для эффективной подготовки к текущему контролю по дисциплине необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, конспекты лекций, разработки студентов, выполненные в результате подготовки и выполнения семинарских и практических заданий.

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 | Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. | Основы рекламы: учебник https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499 | Москва: Дашков и К°, 2022. - 538 с. |
| Л1.2 | Долгова Н. В. | Основы рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации: практикум https://e.lanbook.com/book/177000 | Рязань: РГУ имени С.А.Есенина, 2021. - 84 с. |
| Л1.3 | Щепилова Г. Г., Щепилов К. В. | Основы рекламы: учебник для бакалавров: учебник https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663 | Москва, Берлин: Директ- Медиа, 2019. - 473 с. |
| Л1.4 | Синяева И. М., Маслова В. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В., Синяева И. М. | Маркетинг PR и рекламы: учебник https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709 | Москва: Юнити, 2015. - 495 с. |

7.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год, кол-во |
|------|----------------------------------|--|--|
| Л2.1 | Васильев Г. А., Поляков В. А. | Основы рекламы: учебное пособие https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432 | Москва: Юнити, 2015. - 718 с. |
| Л2.2 | Кузнецов В.Ф. | Связи с общественностью: теория и технологии: учебник для студ. вузов | М.: Аспект-Пресс, 2009. - 302 |
| Л2.3 | | Связи с общественностью в социально-культурной деятельности: словарь-справочник https://e.lanbook.com/book/177762 | Челябинск: ЧГИК, 2016. - 139 с. |
| Л2.4 | | Основы рекламы: практикум https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458170 | Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2015. - 122 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 | Kaspersky Endpoint Security |
| 6.3.1.9 | OpenOffice |
| 6.3.1.10 | Acrobat Reader |

7.3.2 Перечень информационных справочных систем

| | |
|---------|--|
| 6.3.2.1 | БД Электронная Система «Культура» |
| 6.3.2.2 | Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК» |
| 6.3.2.3 | Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог) |
| 6.3.2.4 | ЭБС «Университетская библиотека онлайн» |
| 6.3.2.5 | Полнотекстовая база данных Web of Science и Scopus |
| 6.3.2.6 | Гарант |

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Аудитория | Назначение | Оборудование | Программное обеспечение |
|-----------|---|---|---|
| 03 | Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования | Специализированная мебель на 1 рабочее место (шкафы 2 шт., стеллажи 3 шт., стулья, стол). Персональный компьютер (1 шт.) | Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspersky Endpoint Security |
| 122 | Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования | Специализированная мебель на 1 рабочее место (шкаф, стеллаж, стулья, столы). Персональный компьютер в количестве 1 шт. с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационнообразовательную среду вуза. | Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspersky Endpoint Security |

| 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 |
| 213a | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | Специализированная мебель на 30 посадочных мест (столы письменные, стулья, рабочее место преподавателя, доска настенная, аудиторная). Демонстрационное оборудование (мультимедийный презентационный комплекс в составе проектора, экрана, активной акустической системы, персонального компьютера) и учебно-наглядные пособия (в т.ч. в электронном виде). | 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.