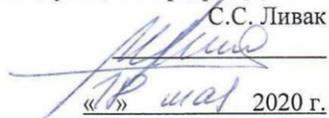


МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Сибирский государственный институт искусств
имени Дмитрия Хворостовского

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой Дизайн
С.С. Ливак


«19» мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ ПИАР-ТЕХНОЛОГИЙ**

Уровень образовательной программы бакалавриат

Направления подготовки 54.03.01 Дизайн

Профиль Графический дизайн и анимация

Форма обучения очная

Факультет Художественный

Кафедра Дизайн

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО СЕМЕСТРАМ

Трудоемкость		Самостоятельная работа	Контактные часы (семестры)	Форма итогового контроля
ЗЕ	Часы		7	
7	252	222	30	Зачет с оценкой

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки образования по направлению подготовки 54,03,01 дизайн, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации N 1004 от 11 августа 2016г.

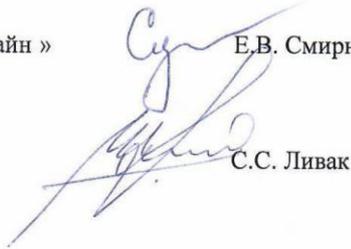
Рабочая программа разработана и утверждена на заседании кафедры Протокол № 22 от 14.05.18г.

Разработчики: доцент кафедры «Дизайн »



Е.В. Смирнова

Зав. Кафедрой, профессор кафедры
«Дизайн »



С.С. Ливак

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины:

Целью данного курса является усвоение студентами системы знаний в области технологий рекламы и связей с общественностью, позволяющими выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной и личной сферах с учетом российского и зарубежного опыта. Изучение технологий формирования рекламных и PR-сообщений.

1.2 Задачи

- знакомство с формами рекламы, способами ее воздействия;
- знакомство с системой управления связями с общественностью в различных сферах,
- получение практических навыков в организации рекламной кампании,

1.3 Применение ЭО и ДОТ

При реализации применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Основы пиар-технологий» включена в Блок Дисциплины по выбору и изучается в течение 7 семестра в объеме 30 часов лекционных, практических занятий. Форма итогового контроля по дисциплине – зачет с оценкой в конце 7 семестра обучения. Входные знания и умения обучающегося соответствуют компетенциям, приобретенными в процессе обучения в художественном вузе и подтвержденными на вступительном экзамене.

3. Требования к уровню освоения курса

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций
<u>ПК-6</u> <u>способностью применять</u> <u>современные технологии,</u> <u>требуемые при реализации</u> <u>дизайн-</u> <u>проекта на практике</u>	<u>Знать:</u> понятие технологии и технологизации профессиональной сферы деятельности; - психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере рекламы; - базовые инструменты технологий рекламы; - особенности формирования и функционирования технологий рекламы в различных сферах; - частные аспекты использования технологий рекламы в дизайне. <u>Уметь:</u> задействовать технологии рекламы для решения профессиональных задач; - применять в рамках технологий рекламы психологические механизмы влияния на потребителя; - использовать базовые инструменты рекламы; <u>Владеть:</u> способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы применять полученные знания на практике.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Семестры	Всего часов
	1	
Аудиторные занятия (всего)	30	30
лекционные	20	20
практические	10	10
Самостоятельная работа (всего)	222	222
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Зачет с оценкой	
Общая трудоемкость, час	252	252
ЗЕ	7	7

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

П №	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Компетенции
1.	PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации	Паблик рилейшнз: многообразие определений и понятий. Принципы паблик рилейшнз. Функции PR. Предмет, субъект и объект рекламы. Отличие различных видов рекламы. Методы рекламной деятельности. Классификация рекламы по каналу ее восприятия адресатом (К. Джонсона-Карти, Дж. Коупленда): визуальная, аудиальная, аудио-визуальная. Классификация рекламы в зависимости от силы воздействия на аудиторию. Функциональная типология рекламы Ф. Коттлера. Информационная, коммуникативная функции рекламы. Агитация и пропаганда.	ПК-6
2.	Психологические аспекты применения технологий в рекламе	Психологические аспекты восприятия текста и изображения в рекламе. Простейшие приемы нейролингвистического программирования. Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ. Психологические аспекты пропаганды. Приемы манипуляции. Эффективность телевизионной рекламы и пропаганды. Психологические особенности рекламы. Примеры манипуляции	ПК-6
3	PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	Политические технологии. Экономические кампании: PR как способ повышения инвестиционной привлекательности. Социальные кампании: спонсоринг и фандрейзинг. Экологический PR. Модульные технологии в реализации PR-проектов. Бизнес PR-технологии. Информационные PR-технологии. Базовые инструменты PR-технологий. Бенчмаркинг. Life Placement. Сторителлинг. Слухи в PR-кампаниях	

		организаций. Управление толпой как инструмент PR. Проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений.	
--	--	--	--

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

7-й семестр

№	Раздел дисциплины	Лекционные занятия	Практические занятия	СРС	Всего часов
1.	Основы современного маркетинга	4	2	70	76
2.	Маркетинговые исследования	8	4	72	74
3.	Стратегическое планирование маркетинга	8	4	80	102
Итого за семестр		20	10	222	252

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. Карпова С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата: рекомендовано УМО ВО в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2019. — (Бакалавр) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/reklamnoe-delo-425227#page/1>. — ISBN 978-5-9916-3912-5.
2. Тульчинский Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Электрон. текст. изд. — СПб. : Лань : Планета музыки, 2011. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/2047/#1>. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — ISBN 978-5-91938-035-1.
3. Психология дизайна и рекламы: секреты PR-технологии / сост. С. А. Сидоров. — Минск : Современная школа, 2007. — ISBN 978-985-513-040-7.

6.2. Дополнительная литература

1. Артемьева Т. В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учебное пособие / Т. В. Артемьева. — Электрон. текст. изд. — СПб. : Лань : Планета музыки, 2010. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/1929/#1>.

2. Бартеншоу К. Фундаментальные основы креативной рекламы / К. Бартеншоу. — М. : Тридэ Кукинг, 2008. — (Реклама) . — ISBN 978-5-904011-01-7.
3. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: рекомендовано УМО ВО в качестве учебника и практикума для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / О. Н. Жильцова. — М. : Юрайт, 2019. — (Бакалавр и магистр) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/reklamnaya-devyatelnost-433656#page/1>. — Режим доступа: для зарегистрир. читателей СГИИ имени Д. Хворостовского. — ISBN 978-5-9916-9889-4.
4. Как продавать искусство : сборник статей / сост. Д. В. Мелилло. — 1 файл в формате PDF. — Новосибирск : Сибирский хронограф, 2001. — Режим доступа : http://akademia.4net.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=2949. — ISBN 5-87550-138-3.
5. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров: допущено УМО ВО в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / В. А. Коноваленко. — М. : Юрайт, 2019. — (Бакалавр) . — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/viewer/A9460928-9A33-4717-989A-48ED308DC7E5/reklama-i-svyazi-s-obshchestvennostyu-vvedenie-v-specialnost#page/1>. — ISBN 978-5-9916-3077-1.
6. Пименов П.А. Основы рекламы : учебное пособие / П.А. Пименов. — М. : Гардарики, 2006. — ISBN 5-8297-0218-5.
7. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Юрайт, 2019. — (Университеты России) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-438737#page/1>. — ISBN 978-5-534-04084-5.

6.3 Необходимые базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Электронная библиотечная система федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский государственный институт искусств имени Дмитрия Хворостовского» (ЭБС СГИИ имени Д. Хворостовского). – URL: <http://192.168.2.230/opac/app/webroot/index.php> (в локальной сети вуза) или <http://80.91.195.105:8080/opac/app/webroot/index.php> (в сети интернет).
2. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». - URL: <https://e.lanbook.com>
3. Электронная библиотечная система «Юрайт». - URL: <https://urait.ru/catalog/organization/1E5862E7-1D19-46F7-B26A-B7AF75F6ED3D>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. - URL: http://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=13688
5. Национальная электронная библиотека - проект Российской государственной

библиотеки. - URL: <https://rusneb.ru/>

6. Информационно-правовая система "Консультант Плюс". - Доступ осуществляется со всех компьютеров локальной сети вуза.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения аудиторных занятий и организации самостоятельной работы по дисциплине Институт располагает на праве собственности материально-техническим обеспечением образовательной деятельности: помещениями, соответствующими действующим противопожарным правилам и нормам, и оборудованием:

Для аудиторных занятий:

LCD-телевизор, столы, стулья, шкаф

Для организации самостоятельной работы:

1. Компьютерным классом с возможностью выхода в Интернет;
2. Библиотекой общей площадью 791 м², с фондом около 180000 единиц хранения печатных, электронных и аудиовизуальных документов, на 156 посадочных мест. В том числе:
 - читальные залы на 109 мест (из них 18 оборудованы компьютерами с возможностью доступа к локальным сетевым ресурсам института и библиотеки, а также выходом в интернет. Имеется бесплатный Wi-Fi)
 - зал каталогов – 7 мест;
 - фонотека 40 посадочных мест (из них: 7 оборудованы компьютерами с возможностью доступа к локальным сетевым ресурсам института и библиотеки, а также выходом в интернет. Имеется бесплатный Wi-Fi); 25 мест оборудованы аудио и видео аппаратурой). Фонд аудиовизуальных документов насчитывает более 5100 единиц хранения (CD, DVD диски, виниловые пластинки), более 13000 оцифрованных музыкальных произведений в mp3 формате для прослушивания в локальной сети института.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

При использовании электронных изданий Институт обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Каждому обучающемуся предоставляется доступ к сети интернет в объеме не менее 2 часов в неделю. В вузе есть в наличии необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.

Требуемое программное обеспечение

Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

Операционная система: (Microsoft Corporation) Windows 7.0, Windows 8.0.

Приложения, программы: Microsoft Office 13, Adobe Reader 11.0 Ru, WinRAR, АИБС Absotheque Unicode (со встроенными модулями «веб-модуль OPAC» и «Книгообеспеченность»), программный комплекс «Либер. Электронная библиотека», модуль «Поиск одной строкой для электронного каталога AbsOPACUnicode», модуль «SecView к программному комплексу «Либер. Электронная библиотека».

Лист обновлений

14.05.2018г. рабочие программы дисциплин разработаны и утверждены на заседании кафедры «Дизайн графический» (**протокол № 22**) по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль подготовки «Графический дизайн и анимация», профиль подготовки «Дизайн коммуникативный».

30.05.19г. на заседании кафедры «Дизайн графический» (протокол № 10) утверждены обновления образовательной программы в части:
календарного учебного графика в связи с утверждением Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата;
рабочих программ дисциплин с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы в разделах:
-список литературы;
-базы данных, информационно-справочные и поисковые системы;
-материально-техническое обеспечение дисциплины (в связи с -расширением материально-технической базы СГИИ им. Д.Хворостовского).
А также утверждены обновления рабочих программ дисциплин и программ практик, реализуемых кафедрой.

31.08.2020г. на заседании кафедры (**протокол № 1**) утверждены обновления образовательной программы в части:

рабочих программ дисциплин с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы в разделах:

-список литературы;
-базы данных, информационно-справочные и поисковые системы;
-материально-техническое обеспечение дисциплины (в связи с -расширением материально-технической базы СГИИ имени Д. Хворостовского).
А также утверждены обновления рабочих программ дисциплин и программ практик, реализуемых кафедрой.