


| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета факультета
 от 15 июня 2021 г., протокол № 14/231
 Председатель *(подпись)* /Ившина Т.А./
(подпись, расшифровка подписи)
 «15» июня 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|------------|---|
| Дисциплина | PR в сфере культуры |
| Факультет | ФКИ |
| Кафедра | Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии |
| Курс | 3/5 |

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2021 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 14.05.2024г. г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения о разработчиках:

| ФИО | Кафедра | Должность, ученая степень, звание |
|----------------|---------|--------------------------------------|
| Гончарова Н.В. | СОРИК | к.с.н. |

| |
|--|
| СОГЛАСОВАНО |
| Заведующий выпускающей кафедрой |
| <i>(подпись)</i> / Магомедов А.К. / Подпись ФИО «15» июня 2021 г. |

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель освоения дисциплины: получение профессиональных знаний в области управления коммуникативной политики учреждений культуры для налаживания позитивных, доброжелательных, взаимовыгодных отношений с общественностью, формирования имиджа организации, ее товаров и услуг с использованием современных средств коммуникации.

Задачи освоения дисциплины:

- понимание сущности, основных функций, специфики рекламы и связей с общественностью в сфере культуры
- изучение основных элементов организации PR-коммуникаций и проведения PR-кампаний учреждений культуры;
- применение полученных теоретических знания для решения конкретных задач по формированию и поддержанию имиджа НКО и организаций социальной сферы

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма обучения

Дисциплина «PR в сфере культуры» к основным дисциплинам вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 8 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:


К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Социальные институты и процессы», «Демография и социальная статистика»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов («Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Основы конфликтологии», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций»), а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Социология массовой коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Основы менеджмента», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Технологии имиджмейкинга» «Планирование PR-кампаний», «Планирование рекламной кампании», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Современная пресс-служба», учебная, производственная практики.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Управление общественным мнением», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Коммуникации в политических процессах и институтах». «Внутрифирменные коммуникации» «Коммуникационный менеджмент», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», производственная практика, ГИА.

Заочная форма обучения

Дисциплина «PR в сфере культуры» к основным дисциплинам вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 9 семестре.

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Социальные институты и процессы», «Демография и социальная статистика»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов («Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Основы конфликтологии», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций»), а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Социология массовой коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Основы менеджмента», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Технологии имиджмейкинга» «Планирование PR-кампаний», «Планирование рекламной кампании», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Современная пресс-служба», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», учебная, производственная практики.


Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление общественным мнением», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Коммуникации в политических процессах и институтах». «Внутрифирменные коммуникации» «Коммуникационный менеджмент», производственная практика, ГИА.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

| Код и наименование реализуемой компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций |
|---|--|
| ОПК2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | <ul style="list-style-type: none"> • Знать: основные этапы процесса разработки и реализации коммуникативных кампаний в сфере культуры, источники и методы получения информации по состоянию социальных проблем и общественного мнения по различным проблемам в данной сфере • Уметь: : Анализировать информацию для принятия обоснованных решения в профессиональной сфере, оценивать общеэкономические, политические риски, их неблагоприятные последствия для организаций социальной сферы • Владеть: Методами анализа ситуации, проблем развития институтов культуры, методами взаимодействия учреждений культуры с различными целевыми аудиториями |

| | | |
|---|---|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |
| ПК1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | <p>Знать: основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности учреждений культуры, основные модели коммуникационного процесса в данной сфере, их специфику; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR – кампаниях в сфере культуры, особенности работы PR-отделов в коммерческих организациях, стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры</p> <p>Уметь: разрабатывать варианты коммуникационных кампаний и обосновывать выбор оптимального медианосителя исходя из критериев эффективности коммуникационной кампании в сфере культуры</p> <p>Владеть: навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании учреждении культуры, технологиями формирования внутреннего и внешнего имиджа в сфере культуры, методологией анализа коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR – деятельностью в сфере культуры; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p> | |


4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часов

| Вид учебной работы | Количество часов (форма обучения очная) | | | |
|--|--|---|---|---|
| | Всего по плану | В т.ч. по семестрам | | |
| | | 6 | 4 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем | 32 | 32 | | |
| Аудиторные занятия: | 32 | 32 | | |
| Лекции | 16 | 16 | | |
| семинарские и практические занятия | 16 | 16 | | |
| лабораторные работы (лабораторный практикум) | | | | |
| Самостоятельная работа | 40 | 40 | | |
| Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы | | Практические задания, проект Аналитическая записка | | |
| Курсовая работа | | | | |
| Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет) | | Зачет | | |
| Всего часов по дисциплине | 72 | 72 | | |

* В случае необходимости использования в учебном процессе

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

| Вид учебной работы | Количество часов (форма обучения очная) | | | |
|--|---|---|---|---|
| | Всего по плану | В т.ч. по семестрам | | |
| | | 6 | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем | 8 | 8 | | |
| Аудиторные занятия: | 8 | 8 | | |
| Лекции | 4 | 4 | | |
| семинарские и практические занятия | 4 | 4 | | |
| лабораторные работы (лабораторный практикум) | | | | |
| Самостоятельная работа | 60 | 60 | | |
| Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы | | Практические задания, проект Аналитическая записка | | |
| Курсовая работа | | | | |
| Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет) | | Зачет (4) | | |
| Всего часов по дисциплине | 72 | 72 | | |

** В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения ____ очная ____

| Название разделов и тем | Всего | Виды учебных занятий | | | | | Форма текущего контроля знаний | |
|--|-------|----------------------|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| | | Аудиторные занятия | | | Занятия в интерактивной форме | Самостоятельная работа | | |
| | | Лекции | Практические занятия, семинары | Лабораторные работы, практикумы | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | |
| Раздел 1. Организация и планирование PR-коммуникаций в сфере культуры | | | | | | | | |
| Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры | 12 | 4 | 2 | | | | 6 | Выполнение практического задания |

| | | | | | | | |
|--|----|----|----|-------|---|----|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | | | | Форма | | |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | | | | | | |
| Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации | 10 | 2 | 2 | | 2 | 6 | Выполнение практического задания |
| Тема 3. Имидж, престиж и технологии их формирования | 10 | 2 | 2 | | | 6 | Выполнение практического задания |
| Раздел 2. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью | | | | | | | |
| Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями | 10 | 2 | 2 | | 2 | 6 | Выполнение практического задания |
| Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации | 12 | 2 | 2 | | | 8 | Выполнение практического задания |
| Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры | 18 | 4 | 6 | | 2 | 8 | Аналитическая записка |
| Итого | 72 | 16 | 16 | | 4 | 40 | Итого |

Форма обучения _____ заочная _____

| Название разделов и тем | Всего | Виды учебных занятий | | | | | Форма текущего контроля знаний |
|--|-------|----------------------|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|------------------------|--------------------------------|
| | | Аудиторные занятия | | | Занятия в интерактивной форме | Самостоятельная работа | |
| | | Лекции | Практические занятия, семинары | Лабораторные работы, практикумы | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| Раздел 1. Организация и планирование PR-коммуникаций в сфере культуры | | | | | | | |

| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | | | | Форма | | |  |
|--|----|---|---|-------|---|----|---|
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | | | | | | |
| Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры | 12 | 2 | | | | 10 | Выполнение практического задания |
| Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации | 12 | 2 | | | 2 | 10 | Выполнение практического задания |
| Тема 3. Имидж, престиж и технологии их формирования | 10 | | | | | 10 | Выполнение практического задания |
| Раздел 2. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью | | | | | | | |
| Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями | 12 | | 2 | | 2 | 10 | Выполнение практического задания |
| Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации | 10 | | | | | 10 | Выполнение практического задания |
| Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры | 12 | | 2 | | 2 | 10 | Аналитическая записка |
| Итого | 72 | 4 | 4 | | 4 | 60 | Итого |


5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Организация и планирование PR-коммуникаций в сфере культуры

Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры

Место PR в менеджменте учреждений культуры. Специфика организации отделов по связям с общественностью в организациях сферы культуры. Публичная деятельность. Социальные проекты. Определение проблем PR. Планирование деятельности: основные этапы и содержание стратегического и тактического плана. Цели и направленность

Форма А

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

мероприятий рекламы и PR. Кампании по закреплению определенных установок и линий поведения. Кампании, направленные на модификацию поведения людей. Технологии привлечения внимания к явлению или событию. Массовые публичные кампании.

Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации

Понятие медиа-рилейшнз, задачи медиа-рилейшнз для учреждений культуры. Оптимизация формы и стиля подачи материалов. Способы подачи информации: утверждение, повторение, дробление, срочность, сенсационность. Приемы интерпретации информации. Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения.

Тема 3. Имидж, престиж и технологии их формирования

Понятия имиджа, репутации, паблисити. Корпоративный имидж организации сферы культуры, его структура. Имидж деятельности учреждения культуры. Внутренний имидж организации. Имидж основателя и/ или основных руководителей организации. Имидж сотрудников. Визуальный имидж организации. Социальный имидж организации. Корпоративная идентичность. Понятия корпоративной миссии, корпоративной индивидуальности. Процесс управления корпоративным имиджем. Имидж как объект моделирования. Понятие "паблисити" и его значения для формирования стратегии и тактики компании. Методы формирования имиджа учреждения культуры.

Раздел 2. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью

Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями

PR -работа с государственными, общественными организациями. Формы работы с государственными и общественно-политическими организациями. Работа с органами государственного управления. Лоббизм. Спонсорство. Благотворительность: виды, организация. Патронаж. Избирательные Работа с местной общественностью.

Цели и задачи работы с потребителями. Типологии групп общественности. Ситуативный подход Сайтла. Основные правила работы с потребителями. Организация работы с потребителями. Организация мероприятий.

Понятия инвесторов. Программа работы с инвесторами. Принципы ведения работы с инвесторами. Направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями


Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации

Особенности управления сотрудниками в учреждениях культуры. Построение отношений между сотрудниками. Методы мотивации и стимулирования сотрудников. Особенности привлечения и управления волонтерами.

Цели и задачи связей с общественностью в формировании внутрифирменных коммуникаций. Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций. Основные средства, применяемые для работы с внутренней аудиторией и их характеристика.

Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры

Методика оценки промежуточных результатов. Оценка эффективности специально подготовленных событий. Опросы общественного мнения. Оценка осведомленности, обладания информацией, её понимания и осознания. Оценка сохранения/ воспроизведения

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

полученной информации. Оценка отношений и предпочтений. Оценка поведения. Интерпретация и использование результатов оценочного исследования. Case Studies. Анализ вторичной информации. Контент-анализ. Опросы. Фокус-группы.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Организация и планирование PR-коммуникаций в сфере культуры

Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Место PR в менеджменте учреждений культуры.
- Специфика организации отделов по связям с общественностью в организациях сферы культуры.
- Определение проблем PR.
- Планирование деятельности: основные этапы и содержание стратегического и тактического плана.
- Цели и направленность мероприятий рекламы и PR.
- Кампании по закреплению определенных установок и линий поведения.
- Кампании, направленные на модификацию поведения людей.
- Технологии привлечения внимания к явлению или событию.
- Массовые публичные кампании.


Домашнее практическое задание 1: Описание коммуникационной деятельности учреждения культуры (по выбору). Выделите ключевые проблемы, сформулируйте рекомендации. Задание оформляется в письменном виде.

Домашнее практическое задание 2: Составить список групп общественности для любой организации в сфере культуры. Какие средства PR Вы выберете для каждой из этих групп? Задание оформляется в письменном виде.

Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятие и задачи медиа-релейшнз
- Краткая характеристика основных СМИ
- Понятие управления СМИ и информацией
- На примере фирмы покажите действия механизма связи с прессой и опишите круг информации, которую PR-служба фирмы должна «производить» для СМИ
- Ньюсмейкинг: событийное и смысловое конструирование новости
- Цели и задачи проведения специальных мероприятий для СМИ. Система оповещения и приглашения журналистов. Работа пресс-службы по анализу информационного шлейфа мероприятия
- Пресс-конференция как один из основных методов работы со СМИ. Правила проведения
- Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.
- Типовая структура пресс-тура. Организация посещения профильных для тематики пресс-тура объектов.
- Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях.
- Методы работы пресс-служб со СМИ: личные контакты; индивидуальные беседы; совещания; семинары; обсуждения проблем

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

- Пресс-релиз в системе медиа-рилейшнз. Структура. Основные требования к оформлению. Виды пресс-релиза. Стилистика пресс-релиза. Правила рассылки пресс-релизов. Пресс-релизы и Интернет
- В чем специфика различных видов PR-текста: бэкграундер, факт-лист, биография, поздравление, письмо, байлайнер, имиджевая статья, имиджевое интервью, пресс-кит

Домашнее задание:

Практическое задание 1: Возьмите любой печатный текст СМИ о культурном событии в жизни города или страны. Проанализируйте, какие способы подачи и приемы интерпретации информации используются. Работа оформляется в письменном виде.

Практическое задание 2. Написать пресс-релиз-анонс для любого мероприятия учреждения культуры. По этому же материалу напишите новостной пресс-релиз. Дополнительные данные для пресс-релиза могут быть произвольными.

Тема 3. Имидж, престиж и технологии их формирования

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятия имиджа, репутации, публичности.
- Имиджевые характеристики.
- Корпоративный имидж организации сферы культуры, его структура.
- Персональный имидж, его характеристики
- Визуальный имидж организации
- Отличие между спонсорством, меценатством и благотворительностью.
- Корпоративная идентичность.
- Имидж как объект управления.
- Методы формирования имиджа учреждения культуры.
- Специальные мероприятия и порядок подготовки. церемонии открытия, приемов, презентации, конференции, дня открытых дверей, круглых столов.


Домашнее практическое задание. Составление медиапортрета учреждения культуры в региональных СМИ (за период времени).

Раздел 2. Организация работы с различными аудиториями в связях с общественностью

Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями (форма проведения – семинар, практическое занятие)

Вопросы:

- PR -работа с государственными, общественными организациями.
- Работа с органами государственного управления. Лоббизм.
- Спонсорство. Благотворительность: виды, организация. Патронаж.
- Работа с местной общественностью.
- Цели и задачи работы с потребителями.
- Типологии групп общественности.
- Ситуативный подход Сайтла.
- Организация работы с потребителями.
- Организация мероприятий.
- Понятия инвесторов. Программа работы с инвесторами. Принципы ведения работы с инвесторами.
- Направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями.

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

- Практическое задание: разработка программы презентации мероприятия учреждения N (дается преподавателем). Разработка коммуникативной программы, документов. Работа осуществляется в группах по 2-3 человека. Затем происходит защита проектов каждой группы.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Цели и задачи работы с потребителями.
- Назовите основные этапы формирования программы и принципы, которых надо придерживаться при реализации программы и установлении коммуникаций с целевыми аудиториями.
- Ситуативный подход Сайтла.
- Организация работы с потребителями: "горячая линия", арбитраж. Организация брифингов и презентаций.
- Понятия инвесторов. Раскройте механизм разработки программы отношений с инвесторами.
- Опишите основные инструменты, применяемые для работы с инвесторами: (отчет, собрание, специализированные средства).
- Опишите направления и инструменты PR-деятельности для выстраивания отношений с партнерскими организациями.

Домашнее задание: Разработка этапов фандрайзинга по поддержке мероприятия учреждения культуры. Подготовка письма с просьбой о благотворительной поддержке мероприятия. Спонсорского пакета. Работа оформляется в письменном виде.

Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций.
- Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций
- Основные средства, применяемые для работы с внутренней аудиторией и их характеристика.


Домашнее практическое задание: Разработайте программу исследования каналов внутрифирменной коммуникации любого учреждения культуры.

Тема 6. Эффективность связей с общественностью в сфере культуры (форма проведения – семинар, практическое занятие)

Вопросы:

- Методика оценки промежуточных результатов.
- Оценка эффективности специально подготовленных событий.
- Опросы общественного мнения.
- Оценка осведомленности, обладания информацией, её понимания и осознания.
- Оценка сохранения/ воспроизведения полученной информации.
- Оценка отношений и предпочтений.
- Оценка поведения.
- Интерпретация и использование результатов оценочного исследования.
- Case Studies.
- Анализ вторичной информации.
- Контент-анализ.
- Опросы.
- Фокус-группы.

- Практическое задание – разработка программы анализа и инструментария

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

имиджа учреждения культуры N (работа в группах по 2-3 человека).

Вопросы для самостоятельного изучения:

- В чем сложность оценки эффективности PR-кампании
- Каковы критерии оценки эффективности PR
- Оценка эффективности PR на этапе подготовки программы.
- Методика оценки промежуточных результатов.
- Как оценивать эффективность внутрикорпоративных коммуникаций. Какие методы используются.
- Анализ вторичной информации.
- Методы исследования: Case Studies, тестирование, контент-анализ. Опросы. Фокус-группы. Этнографические исследования.

Домашнее практическое задание: Подготовить мониторинг материалов в сети интернет об учреждении культуры (по выбору) за 3 месяца. Подготовить аналитическую записку

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Данный вид работы не предусмотрен по УП

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен по УП

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

| № | Формулировка вопроса |
|-----|---|
| 1. | Определения понятия «Паблик рилейшнс». Особенности PR в сфере культуры |
| 2. | Цели и задачи PR в сфере культуры |
| 3. | Процесс коммуникации в PR и его основные этапы |
| 4. | Основные теоретические концепции связей с общественностью |
| 5. | Основные этапы PR-деятельности |
| 6. | Понятия: общественность, мнение, общественное мнение |
| 7. | Типологии групп общественности. |
| 8. | Определение целевой и ключевой аудиторий. Виды и категории целевых аудиторий. аудитория внутренняя и аудитория внешняя |
| 9. | Определение понятий лидеры общественного мнения и группы интересов. |
| 10. | Особенности работы с органами государственной власти Лоббирование: понятия и правила ведения работы с представителями власти |
| 11. | Виды PR мероприятий, правила их проведения |
| 12. | Понятие, задачи медиа-релейшнс, |
| 13. | Управление информацией: основные направления работы в связях с общественностью |
| 14. | Ньюсмейкинг: понятие, требования, событийное и смысловое конструирование новости. Коммуникационные мероприятия для журналистов (пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и пр.) и особенности их проведения. |
| 15. | Характеристика каналов коммуникации в PR-деятельности |
| 16. | Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования. |
| 17. | Виды PR-мероприятий для развития взаимоотношений со СМИ |
| 18. | Понятия инвесторов Основные инструменты PR, применяемые для работы с инвесторами |

| | | | |
|--|---|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | | |
| 19. | Цели и задачи PR в формировании внутрифирменных коммуникаций. Правила и принципы формирования внутрифирменных коммуникаций. | | |
| 20. | Понятия благотворительности, спонсорства, патронажа, меценатства | | |
| 21. | Основные параметры имиджевой информационной кампании в СМИ. | | |
| 22. | Правила проведения медиа – мониторинга. | | |
| 23. | Принципы формирования баз данных СМИ. Основные требования к пресс-досье и медиа-досье. | | |
| 24. | Понятия имиджа, репутации, паблисити. | | |
| 25. | Корпоративный имидж. Структура имиджа организации. | | |
| 26. | Имидж услуги. | | |
| 27. | Имидж основателя и/ или основных руководителей организации. Имидж персонала. | | |
| 28. | Понятие корпоративной идентичности | | |
| 29. | Основные проблемы оценки эффективности связей с общественностью. | | |
| 30. | Методы и направления оценки эффективности PR-коммуникаций. | | |

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Общие положения

Самостоятельная работа в рамках курса складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- выполнения практических домашних заданий;
- подготовка к зачету.


Очная форма

| Название разделов и тем | Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>) | Объем в часах | Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>) |
|---|--|---------------|--|
| Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры | Выполнение практических заданий | 6 | Проверка письменной работы |
| Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации | Выполнение практических заданий | 6 | Проверка письменной работы |
| Тема 3. Имидж, престижи технологии их формирования | Выполнение практических заданий, | 6 | Проверка письменной работы |

| | | | |
|--|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | | |
| Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями | Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий | 6 | Устный опрос Проверка письменной работы |
| Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации | Выполнение практических заданий | 8 | Проверка письменной работы |
| Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры | Подготовка к семинарскому занятию Написание аналитической записки | 8 | Устный опрос Аналитическая записка |

Заочная форма

| Название разделов и тем | Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>) | Объем в часах | Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>) |
|--|--|---------------|--|
| Тема 1. Коммуникационный менеджмент учреждений культуры | Выполнение практических заданий | 10 | Проверка письменной работы |
| Тема 2. Организация и планирование работы со средствами массовой информации | Выполнение практических заданий | 10 | Проверка письменной работы |
| Тема 3. Имидж, престижи технологии их формирования | Выполнение практических заданий, | 10 | Проверка письменной работы |
| Тема 4. Работа с органами государственного и местного управления, общественными объединениями, с потребителями, выстраивание отношений с инвесторами, партнерскими организациями | Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий | 10 | Устный опрос Проверка письменной работы |
| Тема 5. Работа с внутренней аудиторией организации | Выполнение практических заданий | 10 | Проверка письменной работы |
| Тема 6. Оценка эффективности рекламы и PR в сфере культуры | Подготовка к семинарскому занятию Написание аналитической записки | 10 | Устный опрос Аналитическая записка |

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Тульчинский Г. Л. Маркетинг в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова; Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. - 5-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2021. - 496 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - ISBN 978-5-8114-7851-4. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167253>
2. Коленко, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01521-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469319>

б) дополнительная литература:


1. Лашук, И. В. Поведенческие стратегии потребителей культурной продукции : ценности, интересы, типология / И. В. Лашук [и др.] ; под науч. ред. И. В. Котлярова - Минск : Беларус. наука, 2017. - 299 с. - ISBN 978-985-08-2114-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850821140.html>
2. Жуковская, Л. Н. Арт-менеджмент : учеб. пособие / Жуковская Л. Н. , Костылев С. В. , Лузан В. С. - Красноярск : СФУ, 2016. - 188 с. - ISBN 978-5-7638-3491-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834918.html>
3. Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина; Тульчинский Г. Л., Герасимов С. В., Лохина Т. Е. - 6-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2021. - 384 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - ISBN 978-5-8114-7850-7. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167252>
4. Ульяновский А. В. Реклама в сфере культуры / А. В. Ульяновский; Ульяновский А. В. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2012. - 520 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - ISBN 978-5-91938-059-7. https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=3807

Учебно-методическая литература

1. Гончарова Н. В. PR в сфере культуры : учебно-методические указания для направлений бакалавриата «Культурология», «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 341 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8207>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А. /  / _____ 2021 г

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.


6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Зам. нач. УИТиФ / Ключкова АВ / _____
Должность сотрудника УИТиФФИО ФИО Подпись-дата

| | | |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО | | |

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.



В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



Доцент Гончарова Н.В.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

| № п/п | Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения | ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой | Подпись | Дата |
|-------|--|---|---|----------|
| 1 | Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1 | Магомедов А.К. |  | 14.05.24 |
| 2 | Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2 | Магомедов А.К. |  | 14.05.24 |

11.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**а) Список рекомендуемой литературы****основная**

1. Коленько С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум / С. Г. Коленько. - Москва : Юрайт, 2024. - 370 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/536499> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-01521-8 : 1499.00. / .— ISBN 0_527277

2. Тульчинский Г. Л. Маркетинг в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - 6-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. - 496 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - URL: <https://e.lanbook.com/book/390380>. - <https://e.lanbook.com/img/cover/book/390380.jpg>. - Режим доступа: ЭБС "Лань"; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-507-49006-6. / .— ISBN 0_534388

дополнительная

1. Артемьев Т. В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учебное пособие / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский ; Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2010. - 288 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=1929. -

<https://e.lanbook.com/img/cover/book/1929.jpg>. - Режим доступа: ЭБС "Лань"; для авторизир. пользователей. - ISBN 987-5-8114-1086-6. / .— ISBN 0_319910

2. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум / Е. Л. Шекова, Г. Л. Тульчинский, В. Н. Евланов, Э. В. Новаторов ; Шекова Е. Л., Тульчинский Г. Л., Евланов В. Н., Новаторов Э. В. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2012. - 160 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Планета музыки - Музыка и театр. - https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=3820. -

<https://e.lanbook.com/img/cover/book/3820.jpg>. - Режим доступа: ЭБС "Лань"; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-91938-068-9. / .— ISBN 0_319933

3. Ульяновский, А. В. Мифодизайн : учебное пособие / А. В. Ульяновский ; А. В. Ульяновский. - Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. - 460 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/101353.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-4497-0770-3. / .— ISBN 0_156732

4. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2024. - 552 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/535593> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-14843-5 : 1729.00. / .— ISBN 0_524186

учебно-методическая

1. Гончарова Н. В. PR в сфере культуры : учебно-методические указания для направлений бакалавриата «Культурология», «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 341 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41686.

Согласовано:

Главный редактор

Должность сотрудника Научной библиотеки

/ Мамаева Е.П. /

ФИО

 /

подпись

2024

дата

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://nэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024