



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(УрГАХУ)

Кафедра социальных и гуманитарных наук

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе
В.И. Исаченко

« 02 » сентября 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR-ТЕХНОЛОГИИ

Направление подготовки		Монументально-декоративное искусство
Код направления и уровня подготовки		54.05.01
Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО	дата	17.10.2016
	№	1301
Тип образовательной программы (согласно ОХОП: академический или прикладной бакалавриат, академическая или прикладная магистратура, специалитет)		специалитет
Профиль (согласно ОХОП)		Монументально-декоративное искусство (скульптура)
Учебный план		Прием 2017* г.
Форма обучения		Очная

*Программа актуализирована в соответствии с приказом от 23.07.18 № 152-01-33

Екатеринбург, 2018

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

PR-ТЕХНОЛОГИИ

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами:

Дисциплина «PR-технологии» входит в базовую часть образовательной программы специалитета. Курс базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в результате освоения студентами дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Правоведение». Полученные знания, умения и навыки применяются в профессиональной деятельности.

1.2. Аннотация содержания дисциплины:

Дисциплина «PR-технологии» состоит из 2 разделов. Первый раздел «Специфика PR-деятельности дизайнера в современном обществе» включает в себя темы, дающие представление о самореализации и презентации результатов деятельности творческой личности в современном обществе: Тема 1. «PR как наука и искусство». Тема 2. «Имиджмейкинг в работе PR-специалиста». Тема 3. «Позиционирование PR-объекта. Специфика арт-позиционирования». Второй раздел «Специфика PR в современной коммуникативной практике» включает в себя темы, которые дают комплексное представление о построении публичных PR-коммуникаций на арт-рынке: Тема 4. «PR в современной практике бизнес-коммуникаций. Основы самопрезентации: визитная карточка художника». Тема 5. «Интернет-коммуникации как инструмент реализации PR художника». Тема 6. «Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для арт-мероприятий». Тема 7. «Принципы проведения презентаций арт-проектов».

1.3. Краткий план построения процесса изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины включает лекции, практические занятия и самостоятельную работу студентов. Основные формы интерактивного обучения: лекции с элементами эвристической беседы, case-study, деловая игра. В ходе изучения дисциплины студенты выполняют контрольную работу, реферат, творческую работу.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – экзамен. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине создан фонд оценочных средств.

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения заданий, устный ответ на зачете.

1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины является этапом формирования у студента следующих компетенций:

ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-4: способностью проявлять навыки социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, к активному общению в творческой, научной, производственной и художественной жизни
ОПК-5: готовностью участвовать в творческих мероприятиях (художественных выставках, конкурсах)

Планируемый результат изучения дисциплины в составе названных компетенций: способность проявлять навыки социального взаимодействия, применять новые pr-технологии для решения профессиональных задач; способность к самоорганизации и самообразованию; готовностью участвовать в творческих мероприятиях (художественных выставках, конкурсах).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать и понимать: базовые PR-направления деятельности художника, участвующего в арт-мероприятиях в контексте социально-значимых процессов и явлений;

Уметь:

а) применять знание и понимание основ PR-технологий при организации презентаций художественных выставок, в процессе активного общения в творческой, научной, производственной и художественной жизни;

б) выносить суждения в результате анализа, критического осмысления и систематизации PR-информации о деятельности арт-персон в процессе организации арт-мероприятий;

в) комментировать данные и результаты, связанные с областью изучения коллегам и преподавателю.

Демонстрировать навыки и опыт деятельности с использованием полученных знаний и умений при организации презентаций выставок, арт-акций и др. арт-мероприятий сферы арт-пиара.

Объем дисциплины

По Семестрам	Аудиторные занятия						Самостоятельная работа												
	Зачетных единиц (з.е.)	Часов (час)	Аудиторные занятия всего	Лекции (Л)	Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	Другие виды занятий (Др)	Самостоятельная работа всего	Курсовой проект (КП)	Курсовая работа (КР)	Расчетно-графическая работа (РГР)	Графическая работа (ГР)	Расчетная работа (РР)	Реферат (Р)	Домашняя работа (ДР)	Творческая работа (эссе, клаузура)	Подготовка к контрольной работе	Подготовка к экзамену, зачету	Другие виды самостоятельных занятий	Форма промежуточной аттестации по дисциплине*
9	3	108	36	24	12		72						10		10	10	36	6	экз
Итого	3	108	36	24	12		72						10		10	10	36	6	экз

*Зачет с оценкой - ЗО, Зачет - Зач, Экзамен - Экз, Курсовые проекты - КП, Курсовые работы - КР

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздел а	Раздел, тема, содержание дисциплины*
Р.1	Специфика PR-деятельности в современном обществе
Т.1	PR как наука и искусство. Специфика понятий «общественность» и «общественное мнение». Социальная значимость информации. Реклама и PR. PR и пропаганда. Паблик рилейшнз и сфера паблицити. Информационная, управленческая, регулятивная функции PR. Основные направления в PR-деятельности. Типы PR.
Т.2	Имиджмейкинг в работе PR-специалиста. Имидж: специфика понятия, особенности функционирования. Принципы формирования благоприятного общественного мнения об арт-персоне. Специфика моделирования имиджа художника. PR-активность художника в современных условиях конкурентной борьбы.
Т.3	Позиционирование PR-объекта. Специфика арт-позиционирования. Позиционирование как одна из наиболее важных целей PR. Сила узнаваемости спозиционированного PR-объекта. Этапы позиционирования, его базовые стратегии. Критерии позиционирования: уникальность, атрибуция, лидерство в категории, оптимальное использование и т.д. Позиционирование арт-бренда как ключевое сообщение (идея, набор ценностей), транслируемое аудитории. Нейминг в работе дизайнера. Принципы дифференциации PR-субъекта в арт-сфере. Роль в позиционировании социальной активности дизайнера. Анализ типичных ошибок арт-позиционирования.
Р.2	Специфика PR в современной коммуникативной практике
Т.4	PR в современной практике бизнес-коммуникаций. Основы самопрезентации: визитная карточка художника. Пропагандистская деятельность в системе PR. Понятие корпоративной социальной ответственности. Факторы усиления информационного воздействия арт-организации и арт-персоны. Визитная карточка как традиционный носитель контактной информации и PR-инструмент воздействия на общественность. Информирование, рекламирование и нетворкинг как функции качественной визитной карточки. Критерии оформления визитных карточек художников. Artist Trading Card как основа для творческих контактов, обмена опытом, новых идей.
Т.5	Интернет-коммуникации как инструмент реализации PR художника. Интернет и его мегапотенциал для проведения разнообразных мероприятий по PR. PR арт-персоны в сети Интернет: взаимодействие в Интернете со СМИ (создание и активизация работы пресс-комнаты), участие в веб-форумах и т.д. Сайт творческой личности как первостепенный элемент персонального имиджа. Статьи, интервью, видеоролики, галерея работ, анонсы выставок, гостевая книга, блог и другие типичные составляющие сайта художника. Биография как жанр PR-текста, дающий базовую фактическую информацию о художнике. Специфика биографии-конспекта и биографии-рассказа.
Т.6	Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для арт-мероприятий. Основные формы взаимодействия PR-специалиста и СМИ. Пресс-релиз как современный эффективный инструмент PR-деятельности. Подготовка пресс-релиза арт-мероприятия и особенности его использования в деятельности PR-специалиста. Структура пресс-релиза. Типы качественных информационных поводов пресс-релизов арт-мероприятий. Принципы оптимизации пресс-релизов для поисковых машин. Пресс-кит: принципы формирования.

Т.7	<p>Принципы проведения презентаций арт-проектов. Структура арт-презентации, основы работы с аудиторией. Этапы подготовки арт-презентаций. Специфика работы с аудиторией на различных организационных этапах. Специфика работы с различными типами аудиторий во время арт-презентаций. Принципы взаимодействия с аудиторией в процессе различных PR-мероприятий. Принципы успешной вербальной и невербальной коммуникации при проведении арт-презентации. Специфика невербальной коммуникации при проведении презентаций в разных странах.</p>
-----	--

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.1 Распределение аудиторных занятий и самостоятельной работы по разделам дисциплины

Очная форма обучения

Семестр	Неделя семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия (час.)		Самост. работа (час.)	Оценочные средства
				Лекции	Практ. занятия, семинары		
		Раздел 1. Специфика PR-деятельности в современном обществе.					
9	1-2	PR как наука и искусство	8	4		4	Задания к лекции № 1 (лекция с элементами эвристической беседы)
9	3-4	Имиджмейкинг в работе PR-специалиста	8	4		4	Задание к лекции № 2 (терминологический словарь) Задания к реферату
9	5-6	Позиционирование PR-объекта. Специфика арт-позиционирования	8	4		4	Задания к лекции № 3 (лекция с элементами эвристической беседы)
		Раздел 1. Специфика PR в современной коммуникативной практике					
9	7-8	PR в современной практике бизнес-коммуникаций. Основы самопрезентации: визитная карточка художника.	8	4		4	Задание к творческой работе (арт-проект)
9	9-12	Интернет-коммуникации как инструмент реализации PR художника	16	4	4	8	Задания к семинару № 1 (контрольная работа)
9	13-15	Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для арт-мероприятий.	12	2	4	6	Задания к семинару № 2 (case-study) защита рефератов

Семестр	Неделя семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия (час.)		Самост. работа (час.)	Оценочные средства
				Лекции	Практ. занятия, семинары		
9	16-18	Принципы проведения презентаций арт-проектов	12	2	4	6	Задания к семинару № 3 (деловая игра)
			36			36	Экзамен
		Итого	108	24	12	72	

3.2 Другие виды занятий

Не предусмотрено

3.3 Мероприятия самостоятельной работы и текущего контроля

3.3.1 Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрено

3.3.2 Примерный перечень тем расчетно-графических работ

Не предусмотрено

3.3.3 Примерный перечень тем графических работ

Не предусмотрено

3.3.4 Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)

Не предусмотрено

3.3.5 Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

Тема реферата:

«Имидж как интегральная характеристика арт-персоны»

Тема творческой работы:

«Визитная карточка дизайнера»

3.3.6 Примерный перечень тем практических внеаудиторных (домашних) работ

Не предусмотрено

3.3.7 Примерная тематика контрольных работ

Интернет-коммуникации в PR-деятельности дизайнера

3.3.8 Примерная тематика клаузур

Не предусмотрено

4. ПРИМЕНЯЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела,	Активные методы обучения	Дистанционные технологии и электронное обучение
--------------	--------------------------	---

темы дисциплины	Компьютерное тестирование	Кейс-метод	Деловая или ролевая игра	Портфолио	Работа в команде	Метод развивающей кооперации	Балльно-рейтинговая система	Лекции с элементами эвристической беседы	Другие методы (какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
Р.1.Т.1															
Р.1.Т.3															
Р.2.Т.6															
Р.2.Т.7															

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Рекомендуемая литература

5.1.1 Основная литература

- 1) Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар : учебное пособие / Ю.В. - Екатеринбург : Архитектон, 2016. - 95 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455455>
- 2) Поляков В.А., Романов А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум. /В.А. Поляков, А.А. Романов – М: ЮРАЙТ, 2017. 502 с. URL: <https://biblio-online.ru/viewer/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E#page/171>
- 3) Основы профессиональной межкультурной коммуникации: учебник / Н.В. Барышников. – М.: ИНФРА-М, 2014. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>

5.1.2 Дополнительная литература

- 1) Блюм М.А. , Молоткова Н. В. PR-технологии в коммерческой деятельности: учебное пособие./ /Блюм М.А. – Тамбов: ТГТУ, 2004 – 104 с.
- 2) https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=39352&sr=1
- 3) Кондакова, Ю.В. Основы PR : учебное пособие / Ю.В. Кондакова. - Екатеринбург: Архитектон, 2013. - 225 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221959>
- 4) Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М.: Дашков и К , 2016. - 296 с.
- 5) URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403>
- 6) Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями : учебное пособие / под ред. Л.С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 445 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>
- 7) Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>

- 8) Абросимов, Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н.В. Абросимов. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 144 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176>
- 9) Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов/ Е.Н. Сердобинцева – М.: Флинта, 2010. – 160 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=57575&sr=1
- 10) Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. - 324 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044>
- 11) Основы рекламы : учеб. пособие / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. - 3-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2010. - 400 с.

5.2 Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы

Ветошкин В.И., Кондакова Ю.В. Организация самостоятельной работы студентов: учебно-методическое пособие./В.И. Ветошкин, Ю.В. Кондакова. – Екб: Архитектон, 2009. – 88 с.

Кондакова Ю.В. Устное публичное выступление./ Ю.В. Кондакова. – Екб.: Архитектон, 2010 – 138 с.

5.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем*

5.3.1 Перечень программного обеспечения

Тип ПО	Название	Источник	Доступность для студентов
Прикладное ПО/ Офисный пакет	Microsoft Office	Лицензионная программа	Доступно в компьютерном классе и в аудиториях для самостоятельной работы УрГАХУ

* Реестр лицензий на программное обеспечение, приобретенных УрГАХУ размещен на диске U, в папке УМУ

5.3.2 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Университетская библиотека. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>

Научная электронная библиотека. Режим доступа: <https://elibrary.ru/>

Интернет-репозиторий образовательных ресурсов ВЗФЭИ, специфично организованная ЭБС, дополненная развитой системой функций обучения. – [Электронный ресурс] - URL: <http://repository.vzfei.ru>

Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM». - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/947171>

Мир науки и культуры. *Российская Научная Сеть - Scientific Network* - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://nature.web.ru>

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>

Электронно-библиотечная система Издательства Лань (ЭБС). - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

Справочная правовая система «Гарант». - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://garant.ru>

Справочная правовая система России «Консультант Плюс» - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

5.4. Электронные образовательные ресурсы:

<https://biblio-online.ru/>

<http://znanium.com/catalog/product/947171>

<https://e.lanbook.com/>

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студент обязан:

- 1) знать:
 - график учебного процесса по дисциплине (календарный план аудиторных занятий и план-график самостоятельной работы);
 - порядок формирования итоговой оценки по дисциплине;
(преподаватель на первом занятии по дисциплине знакомит студентов с перечисленными организационно-методическими материалами);
- 2) посещать все виды аудиторных занятий (преподаватель контролирует посещение всех видов занятий), вести самостоятельную работу по дисциплине, используя литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины и преподавателем (преподаватель передает список рекомендуемой литературы студентам);
- 3) готовиться и активно участвовать в аудиторных занятиях, используя рекомендованную литературу и методические материалы;
- 4) своевременно и качественно выполнять все виды аудиторных и самостоятельных работ, предусмотренных графиком учебного процесса по дисциплине (преподаватель ведет непрерывный мониторинг учебной деятельности студентов);
- 5) в случае возникновения задолженностей по текущим работам своевременно до окончания семестра устранить их, выполняя недостающие или исправляя не зачтенные работы, предусмотренные графиком учебного процесса (преподаватель на основе данных мониторинга учебной деятельности своевременно предупреждает студентов о возникших задолженностях и необходимости их устранения).

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитория с соответствующей инфраструктурой и с мультимедиа-проектором.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств предназначен для оценки:

- 1) соответствия фактически достигнутых каждым студентом результатов изучения дисциплины результатам, запланированным в формате дескрипторов «знать, уметь, иметь навыки» (п.1.4) и получения интегрированной оценки по дисциплине;
- 2) уровня формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины.

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1.1. Уровень формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины, оценивается с использованием следующих критериев и шкалы оценок*:

Критерии		Шкала оценок
Оценка по дисциплине		Уровень освоения элементов компетенций
Отлично	Зачтено	Высокий
Хорошо		Повышенный

Удовлетворительно		Пороговый
Неудовлетворительно	Не зачтено	Элементы не освоены

*) описание критериев см. Приложение 1.

8.1.2. Промежуточная аттестация по дисциплине представляет собой комплексную оценку, определяемую уровнем выполнения всех запланированных контрольно-оценочных мероприятий (КОМ). Используемый набор КОМ имеет следующую характеристику (в табл. приведен пример):

№ п/п	Форма КОМ	Состав КОМ
1	Посещение лекций и практических занятий	-
2	Выполнение заданий по темам (лекций)	№ 1 - 2 задания № 2 - 2 задания № 3 - 2 задания
3	Участие в семинарских занятиях	№ 1- 4 задания (<u>контрольная работа</u>) № 2- 3 задания № 3- 5заданий
4	Творческая работа	3 задания (проект визитки)
5	Реферат	6 заданий
6	Экзамен	28 вопросов

Характеристика состава заданий КОМ приведена в разделе 8.3.

8.1.3. Оценка знаний, умений и навыков, продемонстрированных студентами при выполнении отдельных контрольно-оценочных мероприятий и оценочных заданий, входящих в их состав, осуществляется с применением следующей шкалы оценок и критериев:

Уровни оценки достижений студента (оценки)	Критерии для определения уровня достижений	Шкала оценок
	Выполненное оценочное задание:	
Высокий (В)	соответствует требованиям*, замечаний нет	Отлично (5)
Средний (С)	соответствует требованиям*, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (4)
Пороговый (П)	не в полной мере соответствует требованиям*, есть замечания	Удовлетворительно (3)
Недостаточный (Н)	не соответствует требованиям*, имеет существенные ошибки, требующие исправления	Неудовлетворительно (2)
Нет результата (О)	не выполнено или отсутствует	Оценка не выставляется

*) Требования и уровень достижений студентов (соответствие требованиям) по каждому контрольно-оценочному мероприятию определяется с учетом критериев, приведенных в Приложении 1.

8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

При проведении независимого тестового контроля как формы промежуточной аттестации применяется методика оценивания результатов, предлагаемая разработчиками тестов.

8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.3.1. Перечень заданий для аудиторных (лекционных) занятий:

Лекция № 1. Тема 1. «PR как наука и искусство. Специалист по PR в сфере МДИ: базовые ориентиры деятельности» (лекция с элементами эвристической беседы):

- 1) Проанализировать теоретический смысл изучаемых проблем арт-пиара в системе целей и задач темы лекции.
- 2) Выявить отличия понятия «паблик рилейшнз» от «паблисити»

Лекция № 2. Тема 2. «Имиджмейкинг в работе PR-специалиста» (терминологический словарь):

- 1) Произвести работу со словарем PR-терминов: выписать 7 терминов к изученной теме.
- 2) Привести примеры выписанных терминов из практической деятельности дизайнеров.

Лекция № 3. Тема 3. «Позиционирование PR-объекта. Специфика арт-позиционирования» (лекция с элементами эвристической беседы):

- 1) Обоснуйте утверждение, что одним из значимых инструментов решения задачи арт-позиционирования являются художественные рейтинги.
- 2) Проанализировать специфику позиционирования дизайнера в обществе

8.3.2. Перечень заданий для семинарских занятий:

Семинар № 1 Тема 5. «Интернет-коммуникации как инструмент реализации PR художника» (контрольная работа):

1. Работа состоит из 3 частей: теоретическая, практическая, заключение.
2. В теоретической части укажите и обоснуйте, на какие целевые аудитории может быть ориентирован персональный сайт художника
3. В практической части докажите на примерах, что сайт творческой личности служит в качестве первостепенного элемента персонального имиджа.
4. В заключении проанализируйте, чем биография-конспект художника отличается от биографии-рассказа.

Семинар № 2. Тема 6. «Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для арт-мероприятий, пресс-конференция художника».

Case-study в форме дискуссионного обсуждения по заданной проблеме – раскрыть понятие PR-коммуникации с точки зрения информационных поводов:

- 1) Указать и обосновать, где можно представить место пресс-конференций по поводу этих выставок (дать несколько вариантов ответа).
- 2) Проанализировать информационные поводы, которые актуальны для данных пресс-конференций.
- 3) Проанализировать основные условия успешности данных пресс-конференций

Семинары № 3. Тема 7. «Принципы проведения презентаций арт-проектов» (деловая игра):
Для ведущего (оратора):

- 1) Моделирование ситуации: информационное сообщение PR-презентатора перед арт-аудиторией
- 2) Разделиться на роли: аудитории («возмутителей спокойствия», «отвлекающихся слушателей», «слушателей, разделяющих мнение выступающего»), PR-презентатор.
- 3). Проанализировать итоги деятельности (реализованности задания).

8.3.3. Перечень заданий для творческой работы:

Тема «Визитная карточка художника» (проект визитки):

- 1) Проанализировать специальную литературу, посвященную специфике арт-визитных карточек
- 2) Разработать проект своей визитной карточки, в которой нужно выразить специфику своей деятельности, показать свой стиль, используя один или несколько выбранных материалов.
- 3) Составление визитки

8.3.4. Перечень заданий для реферата:

Тема «Имидж как интегральная характеристика арт-персоны».

Задания:

1) Работу над рефератом начать с составления рабочего плана, который имеет произвольную форму. В процессе подготовки реферата необходимо максимально полно ознакомиться с литературой и источниками и составить библиографию. При использовании фактического материала обязательна ссылка на источник.

2) Законченный реферат включает в себя введение, основную часть и заключение. Введение должно содержать обоснование актуальности темы исследования, постановку цели и задач работы, краткую характеристику использованных источников информации. Цель формулируется в виде общего.

3) Основное содержание реферата излагается в нескольких главах, каждая из которых раскрывает один из выделенных аспектов темы. Необходимо четко и грамотно формулировать свои мысли. 1 глава предполагает теоретический экскурс в проблему, 2 глава - практическая – в ней имеет место анализ принципов построения имиджа, определений требований целевой аудитории, перевода выбранных характеристик в имиджевые контексты.

4) В заключении подводятся итоги авторского изучения темы, отражается решение задач, поставленных во введении и достижение цели исследования.

5) После заключения следует список использованных источников и литературы, а затем, по необходимости – приложение. В приложение могут быть включены документы, иллюстрации, рисунки, таблицы, графики и т.д., которые должны иметь название и порядковый номер.

6) Требование: объем – от 15 и не более 25 с., список литературы от 10 источников.

8.3.5 Вопросы к экзамену:

1. Специфика понятий «общественность» и «общественное мнение». Реклама и пиар.
2. Мир дизайна и PR. Цели PR-мероприятий в сфере дизайна.
3. Информационная, управленческая, регулятивная функции PR. Основные направления в PR-деятельности.
4. Типы PR. Качества квалифицированного PR-специалиста в арт-сфере.
5. Имидж: специфика понятия, особенности функционирования. Принципы формирования благоприятного общественного мнения об арт-персоне.
6. Специфика моделирования имиджа дизайнера. PR-активность дизайнера в современных условиях конкурентной борьбы.
7. Позиционирование как одна из наиболее важных целей PR. Этапы позиционирования, его базовые стратегии.
8. Критерии позиционирования: уникальность, атрибуция, лидерство в категории, оптимальное использование и т.д.
9. Позиционирование арт-бренда как ключевое сообщение (идея, набор ценностей), транслируемое аудитории. Нейминг в работе дизайнера.
10. Анализ типичных ошибок арт-позиционирования.
11. Информирование, рекламирование и нетворкинг как функции качественной визитной карточки.
12. Визитная карточка дизайнера как традиционный носитель контактной информации и PR-инструмент воздействия на общественность. Критерии оформления визитных карточек дизайнера.
13. Интернет и его мегapotенциал для проведения разнообразных мероприятий по PR. PR арт-персоны в сети Интернет: взаимодействие в Интернете со СМИ (создание и активизация работы пресс-комнаты), участие в веб-форумах и т.д.
14. Сайт творческой личности как первостепенный элемент персонального имиджа.

15. Статьи, интервью, видеоролики, галерея работ, анонсы выставок, гостевая книга, блог и другие составляющие сайта дизайнера.
16. Биография как жанр PR-текста, дающий базовую фактическую информацию о дизайнере. Специфика биографии-конспекта и биографии-рассказа.
17. Основные формы PR-взаимодействия дизайнера и СМИ.
18. Пресс-релиз как современный эффективный инструмент PR-деятельности. Подготовка пресс-релиза арт-мероприятия и особенности его использования в деятельности дизайнера.
19. Структура пресс-релиза. Типы качественных информационных поводов пресс-релизов арт-мероприятий.
20. Принципы оптимизации пресс-релизов для поисковых машин.
21. Пресс-кит: принципы формирования.
22. Пресс-конференция как PR-мероприятие для СМИ в целях анонсирования новых проектов. Условия успешности арт-пресс-конференций.
23. Основные обязанности ведущего пресс-конференции. Этапы проведения пресс-конференций.
24. Типы информационных поводов успешных пресс-конференций в сфере дизайна.
25. Этапы подготовки арт-презентаций. Специфика работы с аудиторией на различных организационных этапах.
26. Специфика работы с различными типами аудиторий во время арт-презентаций.
27. Принципы успешной вербальной и невербальной коммуникации при проведении арт-презентаций.
28. Специфика невербальной коммуникации при проведении презентаций в разных странах.

Критерии экзаменационной оценки

Оценка «отлично»

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины, а также по основным вопросам, выходящим за пределы учебной программы;
- точное использование научной терминологии систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы;
- безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач;
- выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы и нестандартные ситуации;
- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;
- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических/семинарских занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий;
- высокий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Оценка «хорошо»

- достаточно полные и систематизированные знания по дисциплине;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку;
- использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием по дисциплине, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;


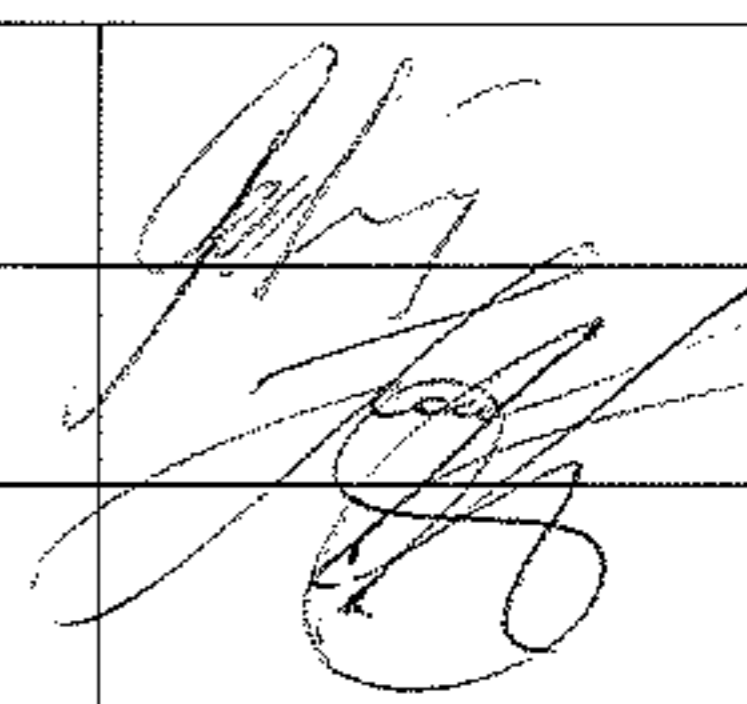
- самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий;
- средний уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Оценка «удовлетворительно»

- достаточный минимальный объем знаний по дисциплине;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по дисциплине и давать им оценку;
- использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении типовых задач;
- умение под руководством преподавателя решать стандартные задачи;
- работа под руководством преподавателя на практических занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий
- достаточный минимальный уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Оценка «неудовлетворительно»

- фрагментарные знания по дисциплине;
- отказ от ответа (выполнения письменной работы);
- знание отдельных источников, рекомендованных учебной программой по дисциплине;
- неумение использовать научную терминологию;
- наличие грубых ошибок;
- низкий уровень культуры исполнения заданий;
- низкий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:					
№ п/п	Кафедра	Ученая степень, ученое звание	Должность	ФИО	Подпись
1	Кафедра социальных и гуманитарных наук	Кандидат филолог.наук, доцент	Профессор	Ю.В. Кондакова	
Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры и согласована:					
Заведующий кафедрой социальных и гуманитарных наук				В.И. Ветошкин	
Директор библиотеки УрГАХУ				Н.В. Нохрина	
Директор Института изобразительных искусств				О.В. Загребин	

Критерии уровня сформированности элементов компетенций на этапе изучения дисциплины с использованием фонда оценочных средств

Признаки уровня и уровни освоения элементов компетенций		Компоненты не освоены
Компоненты компетенций	Дескрипторы	Пороговый
Знания*	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения, необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.	Студент демонстрирует соответствие требованиям
Умения*	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов ниже 70%, но не менее чем на 50%.
Личностные качества (умения в обучении)	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать собственное понимание, умения и деятельность в области изучения преподавателю и коллегам своего уровня.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов ниже 90%, но не менее чем на 70%.
Оценка по дисциплине	Отл.	Хор.
		Удовл.
		Неуд.

*) Конкретные знания, умения и навыки в области изучения определяются в рабочей программе дисциплины п. 1.4