

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБЛАСТНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«МУРМАНСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИСКУССТВ»

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

# ОГСЭ.09 ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Для специальности (углублённая подготовка в очной форме обучения):  
54.02.05 Живопись

Мурманск, 2020 г.

ОДОБРЕНА  
предметно-цикловой  
комиссией «Общеобразовательные,  
гуманитарные и социально-  
экономические дисциплины»

СОСТАВЛЕНА  
в соответствии с  
ФГОС СПО по специальности  
54.02.05 Живопись

Председатель  
предметно-цикловой комиссии

 **Н. М. Ежова**

Заместитель директора  
по учебной работе

 **А. И. Кудрявцева**

Составитель программы:

канд. пед. наук, доцент по каф. прикладной информатики Н.М. Ежова

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

- сроки изучения дисциплины
- виды и сроки контрольных мероприятий
- наименование модуля, индекс дисциплины
- цели, задачи преподавания дисциплины
- формирование компетенций в соответствии с ФГОС
- требования ФГОС к студенту по окончании изучения дисциплины

### 2. КРАТКИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5. ДИАГНОСТИКА УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

### 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### 7. ЛИТЕРАТУРА

## 1. Пояснительная записка

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по указанным специальностям среднего профессионального образования. Содержание программы реализуется в процессе освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы в соответствии с требованиями ФГОС.

### Сроки изучения дисциплины

Курс IV, семестр 7

Всего часов по рабочему плану	48
Из них: групповых (мелкогрупповых)	32
индивидуальных	-
самостоятельная учебная нагрузка студента	16

### Виды и сроки контрольных мероприятий

Контрольная работа	7
--------------------	---

### Наименование модуля, индекс дисциплины

**ОГСЭ.00 – Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл**

ОГСЭ.09 – Основы связей с общественностью

### Цели, задачи преподавания дисциплины

#### **Цель:**

Целью курса является знакомство и освоение студентами основных принципов комплекса технологий коммуникаций и связей с общественностью.

#### **Задачи:**

- ознакомить студентов с историей и практикой применения системы интегрированных коммуникативных технологий и связей с общественностью,
- дать знания для формирования и планирования оптимального набора коммуникативных технологий, с целью достижения позитивного отношения к организации и продукту (услуге),
- уделить особое внимание специфике связей с общественностью в культуре и искусстве.

## Формирование компетенций в соответствии с ФГОС

Данная учебная дисциплина отсутствует в перечне дисциплин и модулей обязательной части ППСЗ и включена в перечень дисциплин вариативной части учебных циклов.

Выпускник должен обладать **Общими компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

### Требования ФГОС к студенту по окончании изучения дисциплины

**уметь:**

- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности в условиях развития науки и изменяющейся социальной практики;
- переоценивать накопленный опыт, анализировать свои возможности;
- участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации;
- использовать правовые и составлять нормативные документы, относящиеся к коммуникационной составляющей будущей профессиональной деятельности;

**знать:**

- функции, виды и психологию связи с общественностью;
- основы работы в пресс-службах, отделах печати, средствах массовой коммуникации, отделах по связям с общественностью;
- особенности организации связей с общественностью в области профессиональной деятельности.

## **2. Краткие методические рекомендации**

В ходе освоения содержания образования студенты овладевают разнообразными способами деятельности, приобретают и совершенствуют опыт:

- самостоятельной работы с источниками информации, обобщения и систематизации полученной информации, интегрирования её в личный опыт;
- проведения доказательных рассуждений, логического обоснования выводов, различения доказанных и недоказанных утверждений, аргументированных и эмоционально убедительных суждений;
- самостоятельной и коллективной деятельности, включения своих результатов в результаты работы группы, соотнесение своего мнения с мнением других участников учебного коллектива и мнением авторитетных источников.

### 3. Тематический план

№	наименование темы	Аудиторные часы	виды самостоятельной работы	Самостоятельная работа студента
1	Связи с общественностью (PR) как наука об управлении общественным мнением	2	СРС не предусмотрены	-
2	Теория коммуникации - основа связей с общественностью	2	Подготовка глоссария по основным понятиям теории коммуникаций	1
3	Основные теории коммуникации	2	Подготовка доклада о сути одной из теорий	2
4	Устная речевая коммуникация.	2	Самостоятельный анализ используемых приемов коммуникации в своем общении	1
5	Массовые коммуникации: сущность, функции, теории.	2	Построение таблицы сравнения разновидностей массовых коммуникаций	1
6	Этапы становления и тенденции в развитии PR	2	Построение таблицы особенностей этапов развития PR	1
7	Внутренняя и внешняя PR-деятельность организации	2	Решение кейсов по реализации PR-задач организации	1
8	Особенности организаций сферы искусств.	2	Самостоятельный анализ особенностей своей профессии, как объекта PR	1
9	PR-кампании: их назначение и разновидности. Формы подачи информации.	2	Решение кейсов по реализации PR-кампаний организации	1
10	PR-кампании: СМИ, Internet-каналы распространения информации	2	Решение кейсов по реализации PR-кампаний средствами СМИ, Internet-каналов	1
11	PR-кампании: личностные, визуальные и др. каналы распространения информации	2	Решение кейсов по реализации PR-кампаний средствами разных каналов	1
12	Формирование имиджа организации	2	Самостоятельная разработка имиджа организации	1
13	Внутриорганизационные PR. Корпоративный праздник как эмоциональная валюта	2	Решение кейсов по реализации PR-кампаний средствами разных каналов	1
14	Мифотворчество как PR-технология в арт-бизнесе	2	Решение кейсов по использованию мифотворчества	1
15	Планирование PR-кампании, направления, этапы	2	Самостоятельное построение плана PR-кампании	1
16	Итоговый обзор Тест: Основы СО.	2	Подготовка к тестированию	1
	<b>Всего</b>	<b>32</b>		<b>16</b>

#### 4. Содержание дисциплины

1. Связи с общественностью (PR) как наука об управлении общественным мнением: Содержание общественного мнения и его структура. Общественная коммуникация-область, в которой функционирует PR. Связи с общественностью (PR) - одна из основных функций менеджмента организации.
2. Теория коммуникации - основа связей с общественностью: Коммуникация – информационное взаимодействие, основанное на принципе обратной связи, Знаковый характер коммуникации. Социальная и психологическая стороны коммуникации.
3. Основные теории коммуникации: коммуникации и обмен установками (Ховланд и Йельская школа), математическая теория информации Шеннона в коммуникативных процессах (Миллер, Черри и др.), теория конфликтов и др.
4. Устная речевая коммуникация: Устная речь и ее значимость для коммуникации. Барьеры в устной речи и способы усиления в устной речи. Межличностное общение как механизм PR.
5. Массовые коммуникации: сущность, функции, теории: Массовая коммуникация, как система взаимосвязей, позволяющая получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей. Три основные функции массовой коммуникации: обозрение окружающего мира, корреляция с социальными структурами общества, передача культурного наследия. Теория социального научения. Теория культивирования. Теория использования и удовлетворения и др.
6. Этапы становления и тенденции в развитии PR: американское начало (1807 – 1809), второй исторический этап (1810-1900е), этап «рассады" (1900-1920), этап становления PR как профессиональной и научной дисциплины (1920-40, деятельность Эд.Л. Бернайза – «отца PR»), послевоенная эра (1945-65), современный период развития PR.
7. Внутренняя и внешняя PR-деятельность организации. Внутренний PR : Цели и инструменты внутреннего PR. Место внутреннего PR. Типовые шаги внутреннего PR. Пять ошибок внутреннего PR. Роль человеческого фактора Внешний PR: Уровни. Виды PR-деятельности. Оценка эффективности PR.
8. Особенности организаций сферы искусств. Классификация организаций по видам деятельности. Государственная поддержка культурной индустрии (Законодательные акты). Независимая оценка качества.
9. PR-кампании: их назначение и разновидности. Формы подачи информации. PR – кампания – разработка и комплексное использование PR – средств, согласно единой концепции воздействия на мнение и отношение общественности. Разновидности PR-кампаний (классификации Н.Даг, Т.Джуди ВанСлайк, К. Дин, классификации по формам подачи информации.
10. PR-кампании: СМИ, Internet-каналы распространения информации. Личностные, визуальные и др. каналы распространения информации. Сущность каналов. Их роль и возможности в распространении информации, формирующей общественное мнение.
11. Формирование имиджа организации. Понятие имиджа. Имидж один из главных элементов управления. Стратегические технологии формирования имиджа организации. . Создание позитивного имиджа организации.
12. Внутриорганизационные PR. Корпоративный праздник как эмоциональная валюта. Корпоративный праздник - социокультурный феномен и инструмент PR. Функции и типы корпоративных праздников и событий.
13. Мифотворчество как PR-технология в арт-бизнесе. Теории мифа. Соотношения реалий PR-технологий с теориями мифа. R-мифотворчество и его нравственный статус.
14. Планирование PR-кампании, направления, этапы. Специфика планирования PR-кампании. Направления, цели и задачи организации PR-кампании. Подходы к планированию PR-кампании. Этапы PR-кампании.

## 5. Диагностика учебного процесса

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения контрольных работ, тестирования, аудио-викторин, а также в процессе выполнения обучающимися самостоятельной работы.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля</b>
уметь использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности в условиях развития науки и изменяющейся социальной практики	Устный (опрос, дифференцированный зачет) Практические задания, Самостоятельная работа
уметь переоценивать накопленный опыт, анализировать свои возможности	Устный (опрос, дифференцированный зачет) Практические задания, Самостоятельная работа
уметь участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации	Устный (опрос, дифференцированный зачет) Практические задания, Самостоятельная работа
уметь использовать правовые и составлять нормативные документы, относящиеся к коммуникационной составляющей будущей профессиональной деятельности	Устный (опрос, дифференцированный зачет) Практические задания, Самостоятельная работа
знать функции, виды и психологию связи с общественностью	Устный (опрос, дифференцированный зачет) Практические задания, Самостоятельная работа
знать основы работы в пресс-службах, отделах печати, средствах массовой коммуникации, отделах по связям с общественностью	Устный (опрос, дифференцированный зачет) Практические задания, Самостоятельная работа
знать особенности организации связей с общественностью в области профессиональной деятельности	Устный (опрос, дифференцированный зачет) Практические задания, Самостоятельная работа

## 6. Материально-техническое обеспечение

Групповой класс, укомплектованный:

- столами и стульями;
- аудио- видеотехникой;
- компьютерной техникой с соответствующим программным обеспечением;
- методическим обеспечением.

## 7. Литература

1. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - М.:Дашков и К, 2017. - 488 с.: 60x84 1/16. - (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/329134>
2. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва:Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5 - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/414955>
3. Мурзина, Т. Г. (2016). Развитие потенциала сотрудников предприятия. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsbas&AN=edsbas.DE048F70>
4. Шарков, Ф.И. Деловые коммуникации : учебник / Шарков Ф.И., Комарова Л.В. — Москва : КноРус, 2016. — 222 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-04168-0. — URL: <https://book.ru/book/917888> (дата обращения: 10.10.2019). — Текст : электронный.