

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» июня 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.04.02** Менеджмент культурных коммуникаций

Учебный план: ФГОС3+\_2021-2022\_42.04.01\_ИБК\_ОО\_РИСО в креативных индустриях №2-1- 128.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
(специальность)

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
4	УП	18	18	27	45	3	Экзамен
	РПД	18	18	27	45	3	
Итого	УП	18	18	27	45	3	
	РПД	18	18	27	45	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** познакомить обучающихся со спецификой авторской деятельности в сфере коммуникаций, особенностями перформативных коммуникаций и искусств, особенностями создания коммуникационного продукта высокого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач.

**1.2 Задачи дисциплины:**

познакомить обучающихся со спецификой перформативных коммуникаций и искусств;  
дать представления о перформативном дискурсе и способах создания перформативных высказываний в коммуникационной сфере.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Философские проблемы науки и техники
- Теория и философия медиакоммуникаций
- История публичных коммуникаций
- Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов
- Основы научных исследований в профессиональной сфере
- Производственная практика (профессионально-творческая практика)
- Введение в теорию и практику креативных индустрий
- Теория и практика кураторства

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации**

**Знать:** специфику управления коммуникациями в сфере креативных индустрий в аспекте динамики культурных процессов.

**Уметь:** характеризовать общие и специфические приемы и методы управления коммуникациями, используемыми в креативной сфере; выявлять драйверы роста креативных индустрий в контексте тенденций развития процесса культуры и соответствующих рынков.

**Владеть:** навыком управления коммуникациями с учреждениями сферы культуры и искусств с учетом специфики креативных индустрий.

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Теоретико-методологическое основание дисциплины	4					О,С
Тема 1. Эволюция теории менеджмента. Тенденции менеджмента. Практическое занятие: Менеджмент современных массовых и медийных коммуникаций.		4	4	8	ИЛ	
Тема 2. Междисциплинарные исследования феномена "управления" Практическое занятие: Менеджмент как искусство и социальная наука.		4	4	8	ГД	
Раздел 2. Управление и коммуникации в сфере культуры						ДИ
Тема 3. Культурные институции, культурное наследие и практики культуры. Фандрайзинг и варианты финансирования. Практическое занятие: Культурные индустрии. Репрезентативные и перформативные характеристики коммуникативного процесса.		5	4	5	НИ	
Тема 4. Бизнес в сфере искусства и развлечений. Практическое занятие: Элементы организации. Человеческие ресурсы. Менеджмент как процесс. Арт-менеджмент и арт-организации.		5	6	6	НИ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		18	18	27		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		42,5			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	38,5		69,5			

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-2	характеризует особенности коммуникаций в сфере культуры; выявляет и описывает общие и специфические приемы и методы управления коммуникациями, учитывая тенденций развития культурных индустрий. разрабатывает программы управления коммуникациями учреждения в сферы культуры и искусств.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Ответ стандартный, качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на учебных материалах, содержащий существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств.	

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 4	
1	Менеджмент в современной культуре
2	Маркетинг культуры - культура маркетинга. Особенности коммуникаций в эпоху когнитивного капитализма.
3	Комплексная кампания по сбору средств.
4	Менеджмент как процесс
5	Тенденции менеджмента в сфере культуры.
6	Арт-менеджмент
7	Элементы организации
8	Культурное пространство
9	Фандрайзинг
10	Человеческие ресурсы и искусство
11	Миссия, видение, ценности
12	Адаптация в конкурентной среде
13	Управление изменениями
14	Лидерство, креативность и коммуникационные стратегии

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены.

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Предложить проект комплексной кампании по сбору средств. Составить схему работы со спонсорами. Аргументировать выбор элементов, эксплицировать структуру проекта.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Дается 1 вопрос и 1 задание. Время подготовки 30 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Кёппль, О. И.	Кросс-культурный менеджмент	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/70266.html">http://www.iprbookshop.ru/70266.html</a>
Дубина, И. Н.	Менеджмент творчества в инновационной экономике	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/76235.html">http://www.iprbookshop.ru/76235.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Дорофеева, Л. И.	Менеджмент	Саратов: Научная книга	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81026.html">http://www.iprbookshop.ru/81026.html</a>
Мальшина, Н. А.	Менеджмент в сервисе	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83144.html">http://www.iprbookshop.ru/83144.html</a>
Сергиевская, Н. В., Мещерякова, Т. С., Прохорова, Ю. С., Еленева, Е. А., Глазкова, В. В.	Теория менеджмента. История управленческой мысли. Теория организации	Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/76393.html">http://www.iprbookshop.ru/76393.html</a>
Романцов, А. Н.	Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57071.html">http://www.iprbookshop.ru/57071.html</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].

URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: [www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>

Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска