

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_ЗАО_РИСО в креативных индустриях №2-3- 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: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
2	УП	8	4	87	9	3	Экзамен
	РПД	8	4	87	9	3	
Итого	УП	8	4	87	9	3	
	РПД	8	4	87	9	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
- Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов
- Основы научных исследований в профессиональной сфере
- История публичных коммуникаций
- 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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретико-методологическое основание дисциплины	2				
Тема 1. Эволюция теории менеджмента. Тенденции менеджмента. Практическое занятие: Менеджмент современных массовых и медийных коммуникаций.		2	1	22	ИЛ
Тема 2. Междисциплинарные исследования феномена "управления" Практическое занятие: Менеджмент как искусство и социальная наука.		2	1	22	ГД
Раздел 2. Управление и коммуникации в сфере культуры					
Тема 3. Культурные институции, культурное наследие и практики культуры. Фандрайзинг и варианты финансирования. Практическое занятие: Культурные индустрии. Репрезентативные и перформативные характеристики коммуникативного процесса.		2	1	20	НИ
Тема 4. Бизнес в сфере искусства и развлечений. Практическое занятие: Элементы организации. Человеческие ресурсы. Менеджмент как процесс. Арт-менеджмент и арт-организации.		2	1	23	НИ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	4	87	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5	6,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		14,5	93,5		

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
Курс 2	
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

В течении семестра выполняются контрольные работы.
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
6.1.1 Основная учебная литература				
Дубина, И. Н.	Менеджмент творчества в инновационной экономике	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76235.html
Кёппль, О. И.	Кросс-культурный менеджмент	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/70266.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Мальшина, Н. А.	Менеджмент в сервисе	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83144.html
Романцов, А. Н.	Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/57071.html
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	http://www.iprbookshop.ru/76393.html
Дорофеева, Л. И.	Менеджмент	Саратов: Научная книга	2019	http://www.iprbookshop.ru/81026.html

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

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