

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»**

Факультет филологии и медиакоммуникаций

(я)Кафедра русской и зарубежной литературы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Смирнова Т.Б.

« 29 » 05 20 20 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«PR-деятельность библиотек»**

Направление подготовки	Библиотечно-информационная деятельность
Код направления подготовки	51.03.06
Направленность (профиль) подготовки	Информационно-аналитическая деятельность
Обязательная/формируемая часть	Формируемая часть
Обязательная дисциплина/дисциплина по выбору/факультатив	Дисциплина по выбору
Форма обучения	Очная

Ответственный за разработку программы дисциплины «PR-деятельность библиотек»:

Кафедра библиотечно-  
информационной деятельности,  
старший преподаватель

(должность, ученая степень и ученое звание)

Енгальчева Е. В.

(подпись)

(инициалы, фамилия разработчика)

В соответствии с п.9, ст. 2 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» рабочая программа является составной частью образовательной программы.

Декан факультета филологии и  
медиакommunikаций

(должность)

Иссерс О.С.

(подпись)

(Ф.И.О. директора)

Согласовано с библиотекой:

Библиотекарь

(должность)

Сугнутова Л.В.

(Ф.И.О. проверяющего)

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «PR-деятельность библиотек» относится к формируемой части «БЛОК1 Дисциплины (модули)» и является элективной дисциплиной, определяет направленность (профиль) программы и формирует компетенции ПК-4 и индикаторы их достижения ПК-4.2.

**Цель дисциплины:** формирование знаний, умений и навыков в области теоретических основ и практических технологий Public Relations, изучение особенностей их использования в библиотечно-информационной деятельности.

### Задачи дисциплины:

- формирование знаний сущности, принципов, функций PR; места и роли PR-технологий в условиях работы библиотеки;
- формирование умений в области применения PR-технологий и инструментов в практике библиотечно-информационной деятельности;
- формирование навыков в области построения PR- компаний с целью удовлетворения потребностей пользователей библиотеки.

### Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Коды компетенций	Содержание компетенций	Коды индикаторов	Содержание индикаторов	Перечень планируемых результатов обучения
ПК	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>			
ПК-4	Способен использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов	ПК-4.2	Осуществляет маркетинговые исследования и использует маркетинговые коммуникации для продвижения библиотечно-информационных продуктов и услуг в традиционной и электронной среде	<p><b>Знать</b> сущность, предмет, функции PR, направления и особенности связей с общественностью в библиотечно-информационной сфере;</p> <p><b>Уметь</b> использовать маркетинговые технологии в PR-деятельности библиотек, а также разрабатывать программы PR-деятельности библиотечных учреждений;</p> <p><b>Владеть</b> технологиями составления PR-текстов различных видов, организации мероприятий с участием журналистов - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации.</p>

## 2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Всего по разделу (теме)	Объем академических часов (по видам работы)							Самостоятельная работа
			Контактная работа							
			в том числе							
			Всего	Занятия лекционного типа	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Индивидуальные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Теоретико-методологические основы связей с общественностью.	7	35	24	8	16	0	0	0	11	
2. Технологии связей с общественностью.	7	37	26	10	16	0	0	0	11	
<b>Итого:</b>		<b>72</b>	<b>50</b>	<b>18</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	

Общая трудоемкость дисциплины 2 З.Е.; 72 ак. час.

Форма промежуточной аттестации: зачет

### 3. Содержание дисциплины

Программа дисциплины включает следующие разделы:

№	Раздел	Содержание раздела
1	Теоретико-методологические основы связей с общественностью.	Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина. Правовые и этические основы регулирования PR-деятельности. Генезис становления и развития связей с общественностью. Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия. Организационный PR: создание специальных мероприятий.
2	Технологии связей с общественностью.	Формирование персонального имиджа руководителя. Корпоративный имидж организации. Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда. Спичрайтинг и копирайтинг. Техника публичного выступления. Управление кризисной ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации. Современные технологии связей с общественностью.

Темы лекций, их содержание, трудоемкость:

Сем	№	Тема лекции	Содержание	Количество часов
7	1.1	Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина	Предметное поле дисциплины Связи с общественностью (PR «паблик рилейшнз») в управлении персоналом. Объект и предмет связей с общественностью. Научные теории в понимании объекта и предмета связей с общественностью. Определение PR. Институт «паблик рилейшнз», его возникновение и развитие. Предмет, структура,	2

Сем	№	Тема лекции	Содержание	Количество часов
			основные функции общественных отношений (PR), информационные процессы в обществе управления. Многообразие определений PR как управленческой науки. Теоретические подходы к пониманию PR. Содержание PR и отличие от таких понятий как реклама, пропаганда, манипуляция. Основные сферы PR деятельности: профессиональные понятия, термины, задачи и требования. Принципы деятельности PR.	
7	1.2	Правовые и этические основы регулирования PR-деятельности	Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью. Нормы международного права. Современные международные и национальные PR- ассоциации. Российское законодательство о PR деятельности. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы РФ о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, мораль, общественное мнение. Соотношение закона и морали в деятельности специалистов по связям с общественностью. Этические нормы и кодексы профессиональной чести.	2
7	1.3	Генезис становления и развития связей с общественностью	Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития научной и практической деятельности в области «паблик рилейшнз». Основные этапы развития PR. Элементы PR в древности. Предпосылки появления PR в России и его особенности. Распространение практики управления общественными связями. PR в библиотеке.	2
7	1.4	Связи с общественностью и СМИ: система взаимодействия. Организационный PR: создание специальных мероприятий.	Коммуникация как процесс обмена информацией. Коммуникация и управление. Управление коммуникативными процессами, управление информацией. Роль коммуникации в общественном развитии, социально-экономической, политической, региональной и международной интеграции. Сущность и назначение PR-мероприятия. Основные этапы PR-мероприятий. Виды и организация PR-мероприятий: брифинги, презентации, конференции, экскурсии по предприятию. Сущность конференции, ее назначение. Этапы подготовки, организации и проведения конференции. Приглашение журналистов, представителей СМИ на мероприятие. Планирование освещения конференции в СМИ. Оценка эффективности PR-мероприятия. Составление пресс-релизов. Предмет пресс-релиза: понятие новости. Создание специальных мероприятий, информационных поводов и освещение их в СМИ. Информационный повод: общая характеристика. Понятие «копирайтинг», «спичрайтинг», «PR-	2

Сем	№	Тема лекции	Содержание	Количество часов
			текст», жанровая классификация и типология PR-текстов. Критерии выбора печатных СМИ. Особенности создания теле и радио роликов. Использование Интернет ресурса, создание корпоративного сайта. Современные информационные источники PR: флэш-моб, блоггинг, мобильный маркетинг.	
7	2.1	Формирование персонального имиджа руководителя. Корпоративный имидж организации.	Формирование имиджа, структура, типология. Функции имиджа: коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная. Технологии формирования и модели имиджа организации. Имиджмейкинг. Желаемый имидж. Субъективный имидж. Объективный имидж. Идеальный имидж. Структура имиджа управленца: персональные характеристики; социальные характеристики; символистические характеристики. Технологии продвижения персональных качеств. Технологии продвижения социальных качеств. Технологии продвижения символических качеств. Алгоритм формирования имиджа управленца организации, основные этапы. Физиогномика. Мимика и пантомимика. Речь и риторика. Определение требований сегментов аудитории. Задачи корпоративного имиджа организации. Основные компоненты имиджа организации. Фирменный стиль организации и его элементы: логотип, графический товарный знак, цветовая гамма, фирменный шрифт, слоган, рекламный символ, музыкальная заставка, рекламная и сувенирная продукция. Изучение имиджей конкурентов. Позиционирование. Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации.	2
7	2.2	Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда	Понятие «бренд» и «брендинг». История создания и этапы формирования «бренда». «Бренд» и «торговая марка»: различия в понимании. Свойства бренда. Бренд-код: измерения бренда. Пятиуровневая система индивидуальности бренда: ядро индивидуальности бренда, миссия бренда и слоган, внешние черты, характер бренда; стиль рекламы. Назначение бренда, структура и функции. Бренд в библиотеке.	2
7	2.3	Спичрайтинг и копирайтинг. Техника публичного выступления	Копирайтинг и спичрайтинг, PR-текст. Происхождение спичрайтинга. Спичрайтерский текст. Проектирование текста. Объем текста. История развития профессии спичрайтера. Алгоритм написания спичрайтерского текста. Жанры PR-текста. Методы сбора информации при подготовке PR-текста. Классификация PR- текстов. Публичное выступление. Риторика. Основные приемы и техники эффективного публичного выступления. Этапы публичного выступления. Особенности работы в библиотеке.	2
7	2.4	Управление кризисной	Связи с общественностью в кризисных и конфликтных	2

Сем	№	Тема лекции	Содержание	Количество часов
		ситуацией. Роль PR в преодолении кризисной ситуации	ситуациях. Методы разрешения кризиса средствами PR. Правила общения с журналистами в кризисных условиях и снижении рейтинга организации. Информационная поддержка в период разрешения кризиса. Контроль коммуникативных каналов в условиях кризиса. Особенности восприятия информации в условиях кризиса. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций. Кризисные ситуации в библиотеке.	
7	2.5	Современные технологии связей с общественностью.	Причины появления новых технологий в PR- деятельности: экономические причины; модизация рынков; растущие ожидания потребителей; глобальная конкуренция; возрастание значения услуг; кризис торговых марок; глобализация. Изменения медиарынка. Изменение моделей поведения общественности. Изменения в технологиях. Виды современных технологий: мобильный маркетинг, современные технологии информационного PR, пресс-релиз в сети Интернет, блоггинг. Новые технологии устроительного PR: флэш-моб, роад-шоу. Новых технологии PR- деятельности в библиотеке.	2

### Занятия семинарского типа

Практические занятия. Состав и объем:

Сем	№	Тема	Содержание	Количество часов
7	1.1	Бренд в библиотеке.	Цель - создание персонажа-талисмана (маскота) для библиотеки (на выбор) региона. Методика работы представлена в п. 6.3.	6
7	1.2	PR-коммуникации с помощью СМИ.	Разработайте план PR-компании библиотечного учреждения с участием СМИ. Методика работы представлена в п. 6.3.	6
7	1.3	PR-тексты – как направление деятельности библиотеки»	Составьте текст пресс-релиза, посвященного какому-либо событию в культурной жизни библиотеки. Методика работы представлена в п. 6.3.	4
7	2.1	Технологии PR и их применение в библиотеке.	Проведите изучение эффективности связей с общественностью библиотечного учреждения вашего региона на основе экспресс-анализа СМИ, методов маркетингового, социологического исследований. Методика работы представлена в п. 6.3.	4
7	2.2	Имиджевая работа в PR библиотечных учреждений.	Разработайте рекомендации по созданию имиджа какого-либо библиотечного учреждения в вашем регионе. Методика работы представлена в п. 6.3.	6
7	2.3	Брифинг как форма	Подготовить пресс-конференцию или брифинг. в библиотеке.	6

Сем	№	Тема	Содержание	Количество часов
		взаимодействия со СМИ	Методика работы представлена в п. 6.3.	

#### **4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Перечень включает в себя:

- фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации;
- перечень основной и дополнительной литературы;
- методические указания для обучающихся;
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

#### **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине** находится в Приложении 1.

Организация текущего контроля знаний и уровня освоения обучающимися возможна в следующих формах:

- выполнение домашних заданий, правильность выполнения которых контролируется на последующих занятиях
- активная работа на занятиях, благодаря которой есть возможность проверить уровень усвоения материала
- выполнение разноуровневых заданий, благодаря которым есть возможность проверить уровень усвоения материала.

Результаты текущего контроля учитываются на промежуточной аттестации.

#### **6. Перечень основной и дополнительной литературы**

##### **6.1 Основная литература**

1. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с <https://e.lanbook.com/book/2047>

2. Коноплева, Н. А. Человек и его потребности в рыночной модели культуры : учебное пособие : [16+] / Н. А. Коноплева. – 2-е изд., доп. Электронная версия печатного издания. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 250 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599892>

##### **6.2 Дополнительная литература**

3. Коноплева, Н. А. Сервис в современной культуре : учебное пособие : [16+] / Н. А. Коноплева. – Электронная версия печатного издания. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 334 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574375>

4. Марусева, И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах : (подготовка к экзамену) : учебное пособие / И. В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 216 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256547>

5. Марусева, И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие : [16+] / И. В. Марусева, А. В. Кокарева ; под общ. ред. И. В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 592 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282>

##### **6.3 Рекомендуемая литература**

1. Маслова, В. М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В. М. Маслова, И. М. Синяева, В.



В. Синяев. – Москва : Юнити, 2015. – 384 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

2. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 496 с  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684879>

3. Актуальные проблемы социокультурных исследований. Межрегиональный сборник научных статей / ред. Е. Л. Кудрина. – Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2007. – Выпуск 3. – 456 с.  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=131229>

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

1. AdMarket.ru : профессионально о стратегических коммуникациях <http://www.admarket.ru>
2. Индустрия рекламы : клиент, креатив, сми: <http://www.ir-magazine.ru>
3. Энциклопедия интернет-рекламы <http://www.book.promo.ru>
4. PR в России : интернет-версия журнала <http://www.rupr.ru>
5. СПС КонсультантПлюс [http://Доступ осуществляется с компьютеров в Центре библиотечно-информационного обслуживания \(корпус 2, к. 45\)](http://Доступ осуществляется с компьютеров в Центре библиотечно-информационного обслуживания (корпус 2, к. 45))
6. ЛаЛаЛань <https://lala.lanbook.com/>
7. РГБ <https://www.rsl.ru/>
8. РГМБ <https://rgub.ru/>
9. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>
10. Научна библиотека Юго-Западного университета <https://lib.swsu.ru/2011-03-03-17-27-48-69/2011-03-04-11-18-22/712-ispolzovanie-reklamy-pr-tekhnologij-i-pr-meropriyatij-v-deyatelnosti-biblioteki.html>

## **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу обучающегося на всех занятиях аудиторной формы (при наличии), выполнение контрольных мероприятий, планомерную самостоятельную работу. В ходе освоения дисциплины обучающийся развивает такие компетенции как ПК-4

В дисциплине обучающийся должен ориентироваться на самостоятельную проработку теоретического материала, подготовку к практическим занятиям, оценочные средства, указанные в ФОС, самостоятельное изучение некоторых разделов курса.

### Методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Тема, раздел	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля (текущий контроль / промежуточная аттестация)
Теоретико-методологические основы связей с общественностью.	Подготовка к практической работе №1 «Бренд в библиотеке».	Устное сообщение на практическом занятии. Проверка преподавателем в аудитории.
Теоретико-методологические основы	Подготовка к практической работе	Устное сообщение на практическом

Тема, раздел	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля (текущий контроль / промежуточная аттестация)
связей с общественностью.	№2 «PR-коммуникации с помощью СМИ».	занятия.. Проверка преподавателем в аудитории.
Теоретико-методологические основы связей с общественностью.	Подготовка к практической работе №3 «PR-тексты – как направление деятельности библиотеки».	Устное сообщение на практическом занятии. Проверка преподавателем в аудитории.
Теоретико-методологические основы связей с общественностью.	Самостоятельное изучение рекомендованной литературы.	Устный ответ на зачёте.
Технологии связей с общественностью.	Подготовка к практической работе №4 «Технологии PR и их применение в библиотеке».	Устное сообщение на практическом занятии.. Проверка преподавателем в аудитории.
Технологии связей с общественностью.	Подготовка к практической работе №5 «Имиджевая работа в PR библиотечных учреждений».	Устное сообщение на практическом занятии. Проверка преподавателем в аудитории.
Технологии связей с общественностью.	Подготовка к практической работе №6 «Брифинг как форма взаимодействия со СМИ»	Устное сообщение на практическом занятии.. Проверка преподавателем в аудитории.
Технологии связей с общественностью.	Самостоятельное изучение рекомендованной литературы.	Устный ответ на зачёте.

Успешное освоение дисциплины «PR-деятельность библиотек» предполагает посещение аудиторных занятий (при наличии), своевременное выполнение мероприятий текущего контроля из ФОС.

## 9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, включая список программного обеспечения

Материально-техническая база для проведения всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень программного обеспечения
Аудитория для лекционных и семинарских занятий	Учебная мебель; доска	Не требуется
Компьютерный класс	Учебная мебель; доска; мультимедийный проектор; проекционный экран; портативный компьютер (ноутбук); персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет»	Офисный пакет OpenOffice (свободно распространяемое ПО); Интернет-браузер с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (свободно распространяемое

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень программного обеспечения
		ПО); Программа для просмотра pdf-файлов (свободно распространяемое ПО)
Помещения для СРС	Персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета	Офисный пакет, интернет-браузер с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (свободно распространяемое ПО), программа для просмотра pdf-файлов (свободно распространяемое ПО)
Помещения для СРС	Персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета	Офисный пакет, интернет-браузер с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (свободно распространяемое ПО), программа для просмотра pdf-файлов (свободно распространяемое ПО)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**«PR-деятельность библиотек»**

Направление подготовки	Библиотечно-информационная деятельность
Код направления подготовки	51.03.06
Направленность (профиль) подготовки	Информационно-аналитическая деятельность
Обязательная/формируемая часть	Формируемая часть
Обязательная дисциплина/дисциплина по выбору/факультатив	Дисциплина по выбору
Форма обучения	Очная

## Фонд оценочных средств

промежуточной аттестации обучающихся разработан в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность, утвержденного 06.12.2017 г.

### Перечень компетенций и индикаторов их достижения

ПК-4 - Способен использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов

ПК-4.2 - Осуществляет маркетинговые исследования и использует маркетинговые коммуникации для продвижения библиотечно-информационных продуктов и услуг в традиционной и электронной среде

### 1. Описание критериев оценивания компетенций на этапе их формирования в рамках дисциплины, описание шкалы оценивания

Код индикатора / компетенции	Результат обучения	Содержание результатов обучения	Оценочные средства
ПК-4.2 ПК-4	Знать	сущность, предмет, функции PR, направления и особенности связей с общественностью в библиотечно-информационной сфере;	Вопросы к зачету (по темам/разделам дисциплины). Комплект разноуровневых задач и заданий.
	Уметь	использовать маркетинговые технологии в PR-деятельности библиотек, а также разрабатывать программы PR-деятельности библиотечных учреждений;	
	Владеть	технологиями составления PR-текстов различных видов, организации мероприятий с участием журналистов - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации.	

### Уровни освоения компетенции(й) и шкала оценивания на зачете

Уровень освоения компетенции	Шкала оценивания	Критерии оценки
Пороговый уровень освоения компетенции(й)	зачет	знает теоретический материал, грамотно и по существу излагает его, дает корректный, полный, развернутый ответ на дополнительные вопросы; своевременно выполнял все работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины в течение семестра, и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных соответствующим этапом их формирования. Учитываются также выполнение практических и творческих заданий выполненных на положительную оценку.
Компетенции(я) не освоена	не зачтено	обучающийся показывает фрагментарные знания, не демонстрирует умения, допускает существенные ошибки.

### 2. Перечень оценочных средств для промежуточной аттестации

### Вопросы для зачета (7 семестр):

- 1) Сущность, предмет, функции PR.
- 2) Основные теоретические подходы к анализу PR.
- 3) Исторические формы коммуникации.
- 4) Функциональные направления PR в библиотечной сфере .
- 5) Российское законодательство о PR-деятельности.
- 6) PR-службы в решении профессиональных задач в библиотечно-информационной деятельности.
- 7) Модели организации служб связей с общественностью в различных типах организаций.
- 8) Маркетинговые стратегии в PR библиотечных учреждений.
- 9) Манипуляция в связях с общественностью: понятие и техники манипуляции.
- 10) Исследования в области связей с общественностью для библиотечного учреждения.
- 11) Источники информации. Тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, медиа-досье, Интернет. Экспресс-анализ СМИ.
- 12) Социологические исследования аудитории в PR. Возможные виды интервью для проведения социологических опросов в работе библиотеки.
- 13) Фокус-группа как разновидность группового интервью.
- 14) Типы и специфика средств массовой информации.
- 15) Основные виды мероприятий с участием СМИ.
- 16) Организация мероприятий с участием журналистов - пресс-конференции, круглого стола, брифинга, презентации.
- 17) Использование каналов коммуникации. Интернет-порталы, сайты учреждений культуры, использование блогов, форумов.
- 18) Перформансы, акции, специальные события в PR-коммуникациях.
- 19) Характерные особенности, виды PR-текстов.
- 20) Речи, выступления на радио и телевидении.
- 21) Пресс-релизы: основные требования к содержанию и оформлению. Пресс-кит и его составляющие.
- 22) Имиджевая работа в PR учреждений культуры и искусства.
- 23) Профессиональные требования к PR-специалистам.
- 24) Особенности использования аудио-визуальных средств в связях с общественностью.
- 25) Брендинг в связях с общественностью: понятие, свойства

### **3. Типовые задания и(или) иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплины**

указаны в Приложении 1 к ФОС

### **4. Процедура оценивания результатов обучения**

указаны в Приложении 2 к ФОС

**ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ**  
**по дисциплине**  
**«PR-деятельность библиотек»**

Направление подготовки	Библиотечно-информационная деятельность
Код направления подготовки	51.03.06
Направленность (профиль) подготовки	Информационно-аналитическая деятельность
Обязательная/формируемая часть	Формируемая часть
Обязательная дисциплина/дисциплина по выбору/факультатив	Дисциплина по выбору
Форма обучения	Очная

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**  
**по дисциплине**  
**«PR-деятельность библиотек»**

Направление подготовки	Библиотечно-информационная деятельность
Код направления подготовки	51.03.06
Направленность (профиль) подготовки	Информационно-аналитическая деятельность
Обязательная/формируемая часть	Формируемая часть
Обязательная дисциплина/дисциплина по выбору/факультатив	Дисциплина по выбору
Форма обучения	Очная