

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Кемеровский государственный институт культуры
Режиссерско-педагогический факультет
Кафедра режиссуры театрализованных представлений и праздников

**РЕКЛАМНО – ПРЕЗЕНТАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В
ПРАЗДНИЧНЫХ ФОРМАХ КУЛЬТУРЫ**
Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки

51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников»

Профиль подготовки

«Театрализованные представления и праздники»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Кемерово, 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки / специальности 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», профиль «Театрализованные представления и праздники», квалификация (степень) выпускника – «Бакалавр».

Утверждена на заседании кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/>
Протокол № 1 от 29.08. 2019.

Переутверждена на заседании кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников, рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/>
Протокол № 1, от 30.08.2020 г.

Переутверждена на заседании кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/>
Протокол № 10 от 21.05. 2024.

Переутверждена на заседании кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников, рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> Протокол № 11, от 06.06.2025 г.

Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры: рабочая программа дисциплины по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника – «Бакалавр»/ сост. Е. Ф. Черняк. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2019. – 27 с. – Текст: непосредственный.

Автор (Составитель)

кандидат педагогических наук,
доцент Е.Ф. Черняк

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы
4. Объем, структура и содержание дисциплины
 - 4.1. Объем дисциплины (модуля)
 - 4.2. Структура дисциплины
 - 4.3. Содержание дисциплины
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии
 - 5.1. Образовательные технологии
 - 5.2. Информационно-коммуникационные технологии обучения
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы (СР) обучающихся
7. Фонд оценочных средств
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 8.1. Основная литература
 - 8.2. Дополнительная литература
 - 8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 - 8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
11. Список (перечень) ключевых слов

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры» является: формирование компетенций, направленных на осуществление организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной и прогнозно-аналитической деятельности режиссера театрализованных представлений и праздников.

Задачи курса:

- овладение студентами системой теоретических знаний рекламно-презентационной деятельности;
- освоение концептуальных основ технологии проведения рекламных и PR-кампаний театрализованных представлений и всех форм праздников.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

«Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры» входит в состав вариативной части (дисциплины по выбору) блока дисциплин образовательной программы по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) «бакалавр». Дисциплина изучается в 7 семестре очной формы обучения и в 7 и 8 семестре заочной формы обучения. Данная дисциплина базируется на компетенциях, сформированных при освоении дисциплин: «режиссура театрализованных представлений и праздников», «Сценарное мастерство», «Спортивно художественные праздники», «История и теория праздничной культуры», «Современная праздничная культура России». Компетенции, сформированные при освоении дисциплины «Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры», также необходимы при выполнении бакалаврской выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
ПК-3 способность реализовывать актуальные задачи	- материал мировой и отечественной культуры, искусства	-реализовывать актуальные задачи воспитания различных групп	-навыками развития духовно-нравственной культуры общества

воспитания различных групп населения, развития духовно-нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами на материале мировой и отечественной культуры, искусства и спорта.	и спорта.	населения, развития духовно-нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами	культурно-зрелищными средствами
ПК-12 готовность направлять все виды своей профессиональной деятельности на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества, осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников и праздничной культуры.	- виды профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества	- осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников, и праздничной культуры	- видами и технологиями своей профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника

Профессиональные стандарты	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции
01.003 Педагог дополнительного образования детей и взрослых Преподавание по дополнительным общеобразовательным программам	Преподавание по дополнительным общеобразовательным программам	Организация деятельности обучающихся, направленной на освоение дополнительной общеобразовательной программы
		Организация досуговой деятельности обучающихся

		в процессе реализации дополнительной общеобразовательной программы
		Обеспечение взаимодействия с родителями (законными представителями) обучающихся, осваивающих дополнительную общеобразовательную программу, при решении задач обучения и воспитания
		Педагогический контроль и оценка освоения дополнительной общеобразовательной программы
		Разработка программно-методического обеспечения реализации дополнительной общеобразовательной программы
	Организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	Организация и проведение исследований рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых
		Организационно-педагогическое сопровождение методической деятельности педагогов дополнительного образования
		Мониторинг и оценка качества реализации педагогическими работниками дополнительных общеобразовательных программ
	Организационно-педагогическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	Организация и проведение массовых досуговых мероприятий
		Организационно-педагогическое обеспечение развития

		социального партнерства и продвижения услуг дополнительного образования детей и взрослых
		Организация дополнительного образования детей и взрослых по одному или нескольким направлениям деятельности
11.009 Режиссер средств массовой информации	Создание художественного и визуального формата проекта СМИ в процессе монтажа	Обработка материала для получения готового медиапродукта
		Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта
	Организационная деятельность по созданию и выпуску визуальных медиапродуктов СМИ	Планирование хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ
		Организация хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ
		Обеспечение высокого художественного уровня медиапродуктов

4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа.

Для обучающихся очной формы обучения предусмотрено 36 часов контактной (аудиторной) работы (20 часов лекций, 16 часов – практических занятий) и 72 часа самостоятельной работы. В интерактивных формах проводится 7 часов (20 %) аудиторной работы.

Для студентов заочной формы обучения предусмотрено 16 часов контактной (аудиторной) работы (4 часов лекций, 12 часов – практических занятий) и 92 часа самостоятельной работы. В интерактивных формах проводится 3 часов (20 %) аудиторной работы.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью.

Очная форма обучения

№/ №	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)				
			Всего	Лекции	Практич. занятия	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	СРО
Раздел 1. Теоретические основы PublicRelations							
1.1	Связи с общественностью: основные понятия и определения. Этика и законодательство в области связей с общественностью	7	14	4	2		10
1.2	Функции, принципы и роль связей с общественностью	7	12	4			8
1.3	Значение рекламы и PR в формировании культуры компании. Имидж организации	7	12	2			10
1.4	Общественность в сфере PublicRelations	7	14	2	4/4*	Творческое задание	8
Раздел 2. Эффективные формы и методы PR- работы							
2.1	Рекламная и PR-коммуникация	7	10				8
2.2	Проектирование PR-акций	7	14	2	2		10
2.3	Презентация как эффективная форма PR-акций	7	12	2	2		8
2.4	Организация и проведение PR-кампании праздника	7	20	4	2/2*	Творческое задание	10
			36				Экзам ен
	Итого:		144	20	16/10*	-	72

Заочная форма обучения

№/ №	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)				
			Всего	Лекции	Практич. заня	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	СРО

					тия		
Раздел 1. Теоретические основы PublicRelations							
1.1	Связи с общественностью: основные понятия и определения. Этика и законодательство в области связей с общественностью	7	14				14
1.2	Функции, принципы и роль связей с общественностью	7	14				14
1.3	Значение рекламы и PR в формировании культуры компании. Имидж организации	7	12	2			10
1.4	Общественность в сфере PublicRelations	7	12	2			10
			52	4			48
Раздел 2. Эффективные формы и методы PR- работы							
2.1	Рекламная и PR-коммуникация	8	14				14
2.2	Проектирование PR-акций	8	14		4/2*	Творческое задание	10
2.3	Презентация как эффективная форма PR-акций	8	14		4/2*	Творческое задание	10
2.4	Организация и проведение PR-кампании праздника	8	14		4/2*	Творческое задание	10
			56		12/6*		44
			36				Экзаме н
	Итого:		144	4	12	-	92

4.2 Содержание дисциплины

Содержание раздела дисциплины	Результаты обучения	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (по семестрам)
Раздел 1. Теоретические основы PublicRelations		
Тема 1.1. Связи с общественностью: основные	Формируемые компетенции: способность реализовывать актуальные задачи	Устный опрос

понятия и определения. Этика и законодательство в области связей с общественностью Объект, предмет, цель, задачи, структура учебной дисциплины. Связь учебной дисциплины с дисциплинами профессиональной подготовки. Определение понятия «связи с общественностью», «реклама», «презентация». Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Возникновение PR как профессиональной деятельности: Античная Греция, Древний Рим. Развитие эмпирической практики связей с общественностью и становление Public Relations как профессии: Соединенные Штаты Америки. Глобализация PR как профессиональной системы. Американская и латинская традиции PR. Эволюция концепций PR. Соотношение понятий «связи с общественностью», «пропаганда», «реклама», «журналистика», «научно-информационная деятельность».	воспитания различных групп населения, развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами на материале мировой и отечественной культуры, искусства и спорта (ПК-3) . В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>знать</i>: материал мировой и отечественной культуры, искусства и спорта; <i>уметь</i>: реализовывать актуальные задачи воспитания различных групп населения, развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами; <i>владеть</i>: навыками развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами.	
Тема 1.2. Функции, принципы и роль связей с общественностью Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью. Установление взаимопонимания и доверительных отношений между организацией и общественностью. Создание положительного образа организации. Сохранение репутации организации. Расширение сферы влияния организации средствами соответствующей пропаганды и рекламы. Анализ, прогноз, интерпретация общественных приоритетов и мнений. Выбор направления действия с учетом степени взаимозависимости	Формируемые компетенции: способность реализовывать актуальные задачи воспитания различных групп населения, развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами на материале мировой и отечественной культуры, искусства и спорта (ПК-3) . В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>знать</i>: материал мировой и отечественной культуры, искусства и спорта; <i>уметь</i>: реализовывать актуальные задачи воспитания различных групп населения, развития духовно- нравственной	Устный опрос

между организацией и обществом, ее социальной и гражданской ответственности. Установление и поддержание двустороннего общения, основанного на точности используемых сведений и полной информированности (распространение информации и получение обратной связи). Предотвращение конфликтов, устранение недопонимания (распространение достоверной информации). Гармонизация личных и общественных интересов.	культуры общества культурно-зрелищными средствами; <i>владеть</i>: навыками развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами.	
Тема 1.3. Значение рекламы и PR в формировании культуры компании. Имидж организации Виды кодексов профессионального поведения PR- специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCOи AKOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью: Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA), крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области связей с общественностью. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции,	Формируемые компетенции: способность реализовывать актуальные задачи воспитания различных групп населения, развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами на материале мировой и отечественной культуры, искусства и спорта (ПК-3) . В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>знать</i>: материал мировой и отечественной культуры, искусства и спорта; <i>уметь</i>: реализовывать актуальные задачи воспитания различных групп населения, развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами; <i>владеть</i>: навыками развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами.	Устный опрос

нормы, мораль, общественное мнение. Эволюция концепции PublicRelations. Четыре исторические модели последовательного развития и расширения функций PublicRelations. Понятие «культура», «корпоративная культура». Современные подходы к формированию корпоративной культуры. Система ценностей и убеждений. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Основные составляющие имиджа. Факторы, влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.		
Тема 1.4. Общественность в сфере PublicRelations Подходы в определении групп общественности: демографический, психографический, с учетом скрытой власти, с учетом статуса, с учетом репутации, с учетом членства, с учетом роли в процессе принятия решения. Приоритетные группы общественности. Ситуативный подход к понятию «общественность». Латентная (скрытая) и активная общественность. Проблема группирования и идентификации общественности. Типологизация общественности. Функции общественного мнения: информационная, аналитическая, оценочная и конструктивная. Общественное мнение как отражение социальной реальности и совокупность взглядов индивидов на определенную проблему. Технологии управления общественным мнением. Реактивность мнений. Схема мобилизации общественного мнения.	Формируемые компетенции: способность реализовывать актуальные задачи воспитания различных групп населения, развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами на материале мировой и отечественной культуры, искусства и спорта (ПК-3) . В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>знать</i>: материал мировой и отечественной культуры, искусства и спорта; <i>уметь</i>: реализовывать актуальные задачи воспитания различных групп населения, развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами; <i>владеть</i>: навыками развития духовно- нравственной культуры общества культурно-зрелищными средствами.	Устный опрос. Творческое задание

Процесс влияния на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов», «экономическое, финансовое сообщество», «политическая, социально-культурная, клерикальная, профессиональная среда».		
Раздел 2. Эффективные формы и методы PR-работы		
Тема 2.1. Рекламная и PR-коммуникация Понятие рекламной коммуникации, ее цели и основные составляющие. Эффективность рекламной коммуникации. Понятия «медиапланирование», «медиаканал» и «медианоситель». Медиапланирование как составляющая рекламной кампании. Этапы медиапланирования, охват аудитории и количество рекламных контактов. Медиабрифинг в различных СМИ, их достоинства и недостатки. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Реклама в Интернете. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ. Формы и методы работы со СМИ: пресс-релизы, статьи, интервью, рекламные объявления, теле- и радиоматериалы, пресс-конференции, минибрифинги. Пресс-кит - набор информационно-аналитических материалов для организации специальных событий для прессы. Рекламная продукция: печатная, сувенирная, наружная реклама.	Формируемые компетенции: готовность направлять все виды своей профессиональной деятельности на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества, осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников и праздничной культуры (ПК-12). <i>знать:</i> виды профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества; <i>уметь:</i> осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников, и праздничной культуры; <i>владеть:</i> видами и технологиями своей	Устный опрос

	профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества.	
Тема 2.2. Проектирование PR-акций Технологии событийного менеджмента. Создание события. Позиционирование события в пространстве и во времени. Проектирование PR-акций. Объект проектирования PR-акций. Тактическое, оперативное и календарное планирование акций. Методика проектирования и режиссура PR-акций: формулировка целей, определение целевой аудитории, разработка сообщения, определение каналов коммуникации. Методы определения эффективности акций. Система специальных мероприятий: круглые столы, семинары, выставки, экспозиции, презентации, церемонии открытия, приемы, дни открытых дверей. Событийность PR-коммуникации. Информационный повод, инсценировка, монтаж. Современные методы организации информационного пространства.	Формируемые компетенции: готовность направлять все виды своей профессиональной деятельности на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества, осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников и праздничной культуры (ПК-12). <i>знать:</i> виды профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества; <i>уметь:</i> осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников, и праздничной культуры; <i>владеть:</i> видами и технологиями своей профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества.	Устный опрос. Творческое задание
Тема 2.3. Презентация как эффективная форма PR-акций	Формируемые компетенции: готовность направлять все	Устный опрос.

Виды презентаций: презентация общественной организации, товара, проекта, объема и содержания выполненных работ, плана будущих работ. Цели презентации: информация, убеждение, напоминание. Организационно-психологические аспекты планирования и постановки презентации. Определение целей и задач. Анализ аудитории: степень информированности и интереса, понимания, опыта, сопротивления и предрассудков. Визуальные вспомогательные средства: плакаты, схемы, слайды, видео, предметы. Технология устного выступления. Проведение презентации: сценарная разработка, режиссура презентации. Театрализация в презентации: условия реализации метода. Анонс события. Использование мультимедийных средств.	виды своей профессиональной деятельности на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества, осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников и праздничной культуры (ПК-12). <i>знать:</i> виды профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества; <i>уметь:</i> осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников, и праздничной культуры; <i>владеть:</i> видами и технологиями своей профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества.	
Тема 2.4. Организация и проведение PR-кампании праздника Teasing и его эволюция в технологию PR. Teasing технология привлечения внимания аудитории. Модели тизинговой коммуникации. Режиссура тизинговой модели. Технология использования адептов и ее отличие от	Формируемые компетенции: готовность направлять все виды своей профессиональной деятельности на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества, осуществлять профессиональные консультации при	Устный опрос. Творческое задание

технологии создания рекламного образа. Перенос технологий из одной предметной сферы в другую. Праздник как поле для PR. Организация PR-мероприятий в рамках фестивалей, конкурсов, праздничных мероприятий. Методы работы с прессой.	подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников и праздничной культуры (ПК-12). <i>знать:</i> виды профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества; <i>уметь:</i> осуществлять профессиональные консультации при подготовке творческих проектов государственными и негосударственными учреждениями в области театрализованных представлений и праздников, и праздничной культуры; <i>владеть:</i> видами и технологиями своей профессиональной деятельности, направленной на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание общества.	
		Форма промежуточной аттестации - экзамен

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1. Образовательные технологии

В процессе реализации учебной программы целесообразно использование как традиционных так и современных технологий. Современные технологии должны составить приоритетную основу в методике овладения предметом. Основу преподавания учебной дисциплины составляют технологии режиссерского искусства. В процессе обучения предлагается использовать комплексный метод, учитывающий синтетическую природу эстрадного и циркового искусства.

На первых этапах обучения наиболее эффективно применение следующих методов: опосредованного воздействия (этюдный, игровой); словесного (беседа, рассказ, пояснение, разъяснение); наглядно-слухового (просмотр видеоматериалов эстрадных и цирковых программ), которые исключают механическое овладение умениями и активизируют творческую

деятельность студента. Затем можно включать упражнения, основанные на прямом воздействии, (предлагается образец и способ выполнения) и использовать метод проблемного воспитания и обучения, побуждающий студентов к самостоятельному поиску решений для выполнения творческих заданий.

При формировании тренингов необходимо учитывать принципы диалогичности, преемственности, эмоциональности, интеграции, координации. В качестве преобладающих форм занятий – практическая и индивидуальная формы обучения.

При освоении курса, помимо традиционных технологий, ориентированных на формирование суммы теоретических знаний и практических умений, широко используются развивающие – проблемно-поисковые – технологии: проблемное изложение лекционного материала. Для выполнения практических заданий используется просмотр видеоматериалов, анализ режиссерско-постановочной деятельности.

В процессе реализации учебного курса целесообразно использование интерактивных форм обучения, составляющих 20 % от общего количества аудиторных занятий в соответствии с требованиями ФГОС ВО (ФГОС ВО 3+).

К современным средствам обучения относятся электронные образовательные технологии:

- лекции-презентации, придающие изложению материала визуально-диагностируемую динамичность, убедительность и эмоциональность, обеспечивающие многоканальность восприятия;
- использование учебно-методического и справочного материала, размещенного в электронной образовательной среде (Moodle) и Интернет.

Доля аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах обучения, составляет 20% на очной форме обучения и 20% на заочной форме обучения, по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников»

В целях самоконтроля знаний студентов используются технологии проверки уровня овладения учебным материалом с использованием контрольных вопросов по разделам дисциплины.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в форме экзамена.

5.2 Информационно-коммуникационные технологии

При организации учебного процесса широко используется сочетание образовательных и информационно-коммуникационных технологий: практикуются мультимедийные лекционные занятия, информационно-коммуникационные технологии сопровождают проведение практических работ, организацию самостоятельной работы обучающихся. В целях эффективности образовательного процесса используются информационно-коммуникационные технологии в «Электронной информационно-образовательной среде КемГИК» <http://edu.kemguki.ru>

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Материалы для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине размещены в «Электронной образовательной среде» <https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=100> и включают:

Организационные ресурсы

- Тематический план дисциплины

Учебно-теоретические ресурсы

- Интерактивная лекция
- Лекционный материал

Учебно-практические ресурсы

- Практические задания

Учебно-методические ресурсы

- Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

Учебно-справочные ресурсы

- Глоссарий

Учебно-наглядные ресурсы

- Электронные презентации

Учебно-библиографические ресурсы

- Список основной литературы
- Список дополнительной

Фонд оценочных средств

- Перечень вопросов по семестрам
- Тесты

Самостоятельная работа обучающихся (СРО) является обязательным видом учебной работы по дисциплине, выполняется в соответствии с выданным преподавателем заданием и в установленные сроки.

Самостоятельная работа обучающихся в рамках дисциплины предполагает подготовку к практическим и индивидуальным занятиям, к сдаче экзамена.

Главное предназначение самостоятельной работы в процессе вузовской подготовки бакалавров – углубленное изучение материала.

В ходе самостоятельной работы студенты должны научиться работать с литературой и источниками, научиться правильно и грамотно их конспектировать и в дальнейшем использовать в написании курсовых работах, научных статей, применяя при этом различные способы записей (цитирование, реферирование, тезисы).

Кроме использования литературы, рекомендованной в программе, студентам целесообразно овладеть методикой самостоятельного поиска необходимой литературы для подготовки и выполнения практических и индивидуальных занятий. Задача самостоятельной работы студентов – формирование, развитие и закрепление аналитических способностей.

Студент постепенно вырабатывает: умения самостоятельно систематизировать, оценивать, обобщать материал, делать выводы;

способность выделять среди обширного материала главные, ключевые моменты; умения находить и оценивать причинно-следственные связи между различными изучаемыми явлениями и процессами; способность дискутировать, убедительно и аргументировано отстаивать свою точку зрения.

7. Фонд оценочных средств.

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде <https://edu2020.kemgik.ru>

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Список литературы

Основная литература

1. Герасимов, С. В. Менеджмент специальных событий в сфере культуры [Текст]: учеб. пособие / С. В. Герасимов, Г. Л. Тульчинский, Т. Е. Лохина. - СПб.: Лань, 2010. - 381 с.
2. Козлова, Т. Особенности организации связей с общественностью (паблик рилейшнз) в деятельности государственного учреждения культуры [Текст] / Т. Козлова // Вопросы культурологии. - 2007. - № 9. - С. 60-65.
3. Панасюк, А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники [Текст] / А. Ф. Панасюк. - М.: Омега - Л, 2009. - 266 с.
4. Третьякова, Т. Н. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: учеб. пособие / Т. Н. Третьякова. - М.: Изд. центр «Академия», 2008. - 272 с.

8.2. Дополнительная литература

1. Блэк, С. Введение в паблик рилейшнз [Текст]: учеб. пособие / С. Блэк. - Ростов - на - Дону: Феникс, 1999. - 320 с.
2. Годин, А. М. Брендинг [Текст]: учебное пособие / А. М. Годин, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленков. - Москва: Дашков и К, 2004. - 362 с.
3. Лазутина, И. С. PR-деятельность учреждения культуры [Текст] / И. С. Лазутина // Справочник руководителя учреждения культуры. - 2003. - № 12. - С. 61-67.
4. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры: учебное пособие [Текст] / Г. Л. Тульчинский. - Санкт-Петербург: Лань, 2011. - 571 с.
5. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. - Санкт-Петербург: Питер, 2003. - 396 с.

8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Бердников, И. П. PR-коммуникации [Электронный ресурс]: практ. пособие / И. П. Бердников. - М.: Дашков и Ко, 2010. - 105 с. // Университетская библиотека online. - Электрон. дан. - М.: Директ-Медиа,

2001. - Режим доступа: http://www.bibliodub.ru/78894_PR-kommunikatsii_Prakticheskoe_posobie.html. - Загл. с экрана.

2. Горчакова, В. Г. Имиджелогия. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 335 с. // Университетская библиотека online. - Электрон. дан. - М.: Директ-Медиа, 2001. - Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/115022_Imidzhelogiya_Teoriya_i_praktika_Uchebnoe_posobie.html. - Загл. с экрана.

3. Цветков, Д. А. Повышение эффективности рекламной деятельности [Электронный ресурс]: монография / Д. А. Цветков. - М.: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. // Университетская библиотека online. - Электрон. дан. - М.: Директ-Медиа, 2001. - Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/88286_Povyshenie_effektivnosti_reklamnoi_deyatelnosti.html. - Загл. с экрана.

4. Российский PR-портал ассоциации по связям с общественностью: [сайт]. - Режим доступа: <http://www.raso.ru> (дата обращения: 13.09.2018).

5. Институт общественных связей: [сайт]. - Режим доступа: <http://ipr.by> (дата обращения: 03.03.2017).

6. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России: [сайт]. - Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru> (дата обращения: 13.09.2018).

7. Журнал «Со-общение» [сайт]. - Режим доступа: <http://www.soob.ru/> (дата обращения: 13.09.2018).

8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы

Для реализации образовательного процесса необходимо следующее программное обеспечение:

лицензионное программное обеспечение:

- Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP)

свободно распространяемое программное обеспечение:

- Офисный пакет – LibreOffice

- Браузер - Mozilla Firefox (Internet Explorer)

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- Консультант Плюс.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются: наличие учебной лаборатории, оснащенной проекционной и компьютерной техникой, интегрированной в Интернет.

10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

- адаптированная образовательная программа;

- индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Для осуществления процедур *текущего контроля успеваемости* и *промежуточной аттестации* обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

- для лиц с нарушением зрения - задания предлагаются с укрупненным шрифтом;

- для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ;

- для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - двигательные формы оценочных средств - заменяются на письменные или устные с исключением двигательной активности.

При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

11. Перечень ключевых слов

Адекватная выборка

Активная аудитория

Анализ эффективности рекламы

Аудитория рекламы.

Афиша

База данных

Баннер

Бизнес-план

Брэнд

Брэнддинг

Буклет

Бэкграундеры(Backgrounder)

Выборка

Директ мейл

Имидж

Имиджевая реклама

Коммуникатор

Концепция рекламной кампании

Копирайтер

Корпоративная реклама

Логотип

Лозунг

Локальные акции
Медиа
Мониторинг/анализ прессы/
Мотивация
Обзорные статьи (round-uparticle)
Общественное мнение
Общественность
Паблик рилейшнз
Паблисити
Рекламный текст
Метод
Технология
Связи с общественностью
Общественность
Средства массовой информации
Целевые группы общественности
Общественное мнение
Пресс-релиз
Специальное событие
Репутация
Позиционирование
Масс-медиа
Позиционирование
Презентация
Пресс-релиз
Пресс-рилейшинз(Press-Relations)
Промоушн (ргошойоп)
Рекламная деятельность
Рекламная кампания
Сегментация рынка
Сейлзпромоушн(SalesPromotion)
Слоган
Событийный маркетинг (eventmarketing)
Средства массовой информации
Фирменный стиль
Целевая аудитория