

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

**РЕКЛАМНО – ПРЕЗЕНТАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В
УЧРЕЖДЕНИЯХ КУЛЬТУРЫ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки

51.04.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников»

Профиль подготовки

«Театрализованные представления и праздники»

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения

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 – «Магистр».

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 № 10 от 20.05. 2022.*

Переутверждена на заседании кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников *протокол № 10 от 21.05.2024 г.*

Рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <https://edu.kemgik.ru/> (21.05.2024 г., протокол № 10)

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.*

Черняк, Е.Ф. Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры: рабочая программа дисциплины по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника – «магистр» / сост. Е. Ф. Черняк. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2022. – 23 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

Целями освоения дисциплины «Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры» являются: формирование у обучаемых комплекса знаний, умений и навыков, позволяющих организовывать коммуникацию с общественными организациями, обществом и индивидами в сфере культуры.

Задачи курса:

- овладение студентами системой теоретических знаний рекламно-презентационной деятельности;
- осуществление эффективной PR- деятельности учреждений культуры.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры» входит обязательную часть образовательной программы, блок Б1.О.13.

Она обеспечивает профессиональную подготовку студентов в 3 семестре. Формой итогового контроля является зачет в 3 семестре.

Данная дисциплина базируется на компетенциях, сформированных при освоении дисциплин: «Теория и практика режиссуры театрализованных представлений и праздников», «Продюсерская деятельность в сфере культуры», «Теория и история праздничной культуры» и др.

Компетенции, сформированные при освоении данной дисциплины также необходимы при выполнении магистерской диссертации.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций (УК, ОПК, ПК) и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	- принципы и методы правового регулирования общественных отношений; - основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере культуры.	- самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем - анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития культурной	- основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права.

		сферы.	
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	- сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития; основы и правила здорового образа жизни, значение физической культуры и спорта в формировании общей культуры личности.	-выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность; - вести здоровый образ жизни, поддерживать уровень физической подготовки; - критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; - применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни.	- навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной познавательной деятельности; - способами определения дозировки физической нагрузки и направленности физических упражнений и спорта; - приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.
ПК-7. Способность и готовность направлять все виды своей профессиональной деятельности на художественное формирование окружающей среды и художественно-эстетическое воспитание	- основные понятия художественно-просветительской деятельности, её основные цели, задачи, виды в области организации различных форм	- планировать художественно-просветительскую деятельность коллективов учреждений, осуществляющих культурно-зрелищную деятельность с	- навыками контроля хода реализации художественно-просветительской деятельности, навыками оценивания структуры и содержания

общества, к организации и подготовке творческих проектов в области театрально-зрелищного искусства, к осуществлению связей со средствами массовой информации, образовательными организациями и учреждениями культуры различными слоями населения с целью пропаганды достижений искусства и культуры	праздничной культуры	целью сохранения распространения и приумножения культурных, духовно-нравственных и эстетических ценностей человечества, в том числе и в рамках средств массовой информации.	художественно-творческих проектов и художественно-просветительских программ различной тематической направленности.
---	----------------------	---	--

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
		Планирование хозяйственной деятельности по созданию и

	выпуску визуальных медиапродуктов СМИ	деятельности по созданию медиапродуктов СМИ
		Организация хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ
		Обеспечение высокого художественного уровня медиапродуктов

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1 Объем дисциплины и структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часа. 10 часов контактной работы (4 часа – лекции, 6 часов практических), в том числе 2 часа (20% аудиторных занятий) в интерактивной форме, СРО – 94 часа.

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

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

4.2. Структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Интерак т. формы обучени я	СРО
			лекци и	семина. (практ.) заняти я	Индив. заняти я		
1	2	3	4		7	8	
1.	Теоретико-методологические основы PR-	3					10

	деятельности учреждений культуры.						
2.	Организация PR-деятельности учреждений культуры	3					10
3.	Технологии взаимодействия со средствами массовой информации.	3				1	10
4.	Технологии PR-деятельности учреждений культуры	3					20
5.	Организация работы пресс-службы учреждения культуры	3					4
6	Разработка программы PR-кампании творческого проекта учреждений культуры.	3				2	40
	Всего часов в интерактивной форме					3	
	Итого		4	6		3	94

4.3 Содержание дисциплины

№ п/п	Содержание дисциплины (разделы, темы)	Результаты обучения	Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации.
-------	---------------------------------------	---------------------	--

1.	Тема: Теоретико-методологические основы PR-деятельности учреждений культуры. Современные представления о коммуникативных отношениях между субъектами сферы культуры. Специфические особенности, структура и содержание PR-деятельности государственных учреждений культуры. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью. Функции, принципы и роль связей с общественностью.	Формируемые компетенции: Способность и готовность применять полученные знания, навыки и личный творческий опыт в процессе творческой постановочной деятельности, готовность к постоянной и систематической работе, направленной на совершенствование своего профессионального мастерства. (ПК-7). В результате освоения дисциплины обучающийся должен: знать: основные понятия художественно-просветительской деятельности, её основные цели, задачи, виды в области организации различных форм праздничной культуры уметь: планировать художественно-просветительскую деятельность коллективов учреждений, осуществляющих культурно-зрелищную деятельность с целью сохранения распространения и приумножения культурных, духовно-нравственных и эстетических ценностей человечества, в том числе и в рамках средств массовой информации владеть: навыками контроля хода реализации художественно-просветительской деятельности, навыками оценивания структуры и содержания художественно-творческих проектов и художественно-просветительских программ различной тематической направленности.	Устный опрос
2.	Тема: Организация PR-деятельности учреждений культуры. Процессы коммуникации, социального взаимодействия между государственным учреждением культуры, его целевыми аудиториями и обществом в целом. Практика применения PR-технологий российскими государственными учреждениями культуры. Коммуникационные ресурсы	Формируемые компетенции: - способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6); способность и готовность применять полученные знания, навыки и личный творческий опыт в процессе творческой постановочной деятельности, готовность к постоянной и систематической работе, направленной на	Устный опрос

	государственного учреждения культуры: разработка имиджа, поддержание репутации, создание благоприятной известности (паблисити), воспитание лояльного потребителя предлагаемых услуг. Внутренний PR – это комплекс мероприятий, направленных на формирование такого имиджа учреждения культуры, посредством которого оно желает предстать в глазах своих работников в позитивном и выгодном свете. Внешний PR – это действия, направленные на улучшение взаимопонимания учреждения культуры и его окружения.	совершенствование своего профессионального мастерства (ПК-7). В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>знать</i>: сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития; основы и правила здорового образа жизни, значение физической культуры и спорта в формировании общей культуры личности; основные понятия художественно-просветительской деятельности, её основные цели, задачи, виды в области организации различных форм праздничной культуры; <i>уметь</i>: выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; - применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни; планировать художественно-просветительскую деятельность коллективов учреждений, осуществляющих культурно-зрелищную деятельность с целью сохранения распространения и приумножения культурных, духовно- нравственных и эстетических ценностей человечества, в том числе и в рамках средств массовой информации <i>владеть</i>: навыками эффективного	
--	--	--	--

		целеполагания, приемами организации собственной познавательной деятельности; - приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.	
3	Тема: Технологии взаимодействия со средствами массовой информации. Методы работы с прессой. 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 на телевидении и 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. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.	Формируемые компетенции: - способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6); способность и готовность применять полученные знания, навыки и личный творческий опыт в процессе творческой постановочной деятельности, готовность к постоянной и систематической работе, направленной на совершенствование своего профессионального мастерства (ПК-7). В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>знать:</i> сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития; основы и правила здорового образа жизни, значение физической культуры и спорта в формировании общей культуры личности; основные понятия художественно-просветительской деятельности, её основные цели, задачи, виды в области организации различных форм праздничной культуры; <i>уметь:</i> выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного	Устный опрос Творческое задание

		результата; - применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни; планировать художественно-просветительскую деятельность коллективов учреждений, осуществляющих культурно-зрелищную деятельность с целью сохранения и распространения и приумножения культурных, духовно- нравственных и эстетических ценностей человечества, в том числе и в рамках средств массовой информации <i>владеть:</i> навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной познавательной деятельности; - приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.	
4.	Тема: Технологии PR-деятельности учреждений культуры. Технологии создания коммуникативного поля марки. Технологии создания «причастности» («комплицитности») и управления вниманием целевых аудиторий. Технологии событийного менеджмента. Технология привлечения внимания аудитории (teasing), позволяющая привлекать и удерживать внимание потребителей. Технологии управления общественным мнением (дистанцированная модель, модель сублимированной коммуникации и т.д.). Технологии построения имиджа.	Формируемые компетенции: - способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6); способность и готовность применять полученные знания, навыки и личный творческий опыт в процессе творческой постановочной деятельности, готовность к постоянной и систематической работе, направленной на совершенствование своего профессионального мастерства (ПК-7). В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>знать:</i> сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития; основы и правила здорового образа жизни, значение физической культуры и спорта в формировании общей культуры личности; основные понятия художественно-просветительской деятельности, её	Устный опрос

	Сублимированные технологии. Технологии работы с рисками в общественном мнении. Технологии трансверсальной коммуникации. Технология использования адептов и ее отличие от технологии создания рекламного образа. Перенос технологий из одной предметной сферы в другую. Праздник как поле для PR. Совокупность PR–технологий, направленных на развитие культуры - «арт-PR». PR - мероприятия в учреждениях культуры организуются и проводятся средствами режиссуры по законам драматургии	основные цели, задачи, виды в области организации различных форм праздничной культуры; <i>уметь</i>: выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; - применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни; планировать художественно-просветительскую деятельность коллективов учреждений, осуществляющих культурно-зрелищную деятельность с целью сохранения и распространения и приумножения культурных, духовно-нравственных и эстетических ценностей человечества, в том числе и в рамках средств массовой информации <i>владеть</i>: навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной познавательной деятельности; - приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.	
5.	Тема: Организация работы пресс-службы учреждения культуры. Специфика организации пресс-службы или отдела PR в учреждениях культуры. Состав пресс-службы, цели, задачи, функции. Специфика деятельности. Общественность в сфере PublicRelations Подходы в определении групп общественности. Функции общественного мнения и технологии управления общественным мнением.	Формируемые компетенции: способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2). В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <i>знать</i>: принципы и методы правового регулирования общественных отношений; - основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере культуры; <i>уметь</i>: самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих	Устный опрос

	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. Организация PR-мероприятий в рамках фестивалей, конкурсов, праздничных мероприятий.	информационных (справочных правовых) систем - анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития культурной сферы <i>владеть</i>: основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права.	
6.	Тема: Разработка программы PR-кампании творческого проекта учреждений культуры. PR-кампании по способу воздействия (рациональные; эмоциональные) организуются и проводятся по законам режиссуры. По способу выражения PR-кампании: «жесткие» и «мягкие». Специфика организации PR-кампании учреждений культуры. Проектирование PR-акций.	Формируемые компетенции: - способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6); способность и готовность применять полученные знания, навыки и личный творческий опыт в процессе творческой постановочной деятельности, готовность к постоянной и систематической работе, направленной на совершенствование своего профессионального мастерства (ПК-7). В результате освоения дисциплины	Устный опрос Творческое задание

	Технологии создание события. Позиционирование события в пространстве и во времени. Методика проектирования и режиссура PR-акций: формулировка целей, определение целевой аудитории, разработка сообщения, определение каналов коммуникации. 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. Презентация как эффективная форма PR-акций. Виды презентаций, организационно-психологические аспекты планирования и постановки презентации. Проведение презентации: сценарная разработка, режиссура презентации. Театрализация в презентации: условия реализации метода. Анонс события. Использование мультимедийных средств.	обучающийся должен: <i>знать</i>: сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития; основы и правила здорового образа жизни, значение физической культуры и спорта в формировании общей культуры личности; основные понятия художественно-просветительской деятельности, её основные цели, задачи, виды в области организации различных форм праздничной культуры; <i>уметь</i>: выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; - применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни; планировать художественно-просветительскую деятельность коллективов учреждений, осуществляющих культурно-зрелищную деятельность с целью сохранения распространения и приумножения культурных, духовно-нравственных и эстетических ценностей человечества, в том числе и в рамках средств массовой информации <i>владеть</i>: навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной познавательной деятельности; - приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.	
--	---	---	--

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1 Образовательные технологии

Основу преподавания учебной дисциплины «Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры» составляют следующие образовательные технологии: формирующие, лекционные занятия, на которых выдается базовый теоретический материал; практические задания, на которых студент при помощи практических упражнений и заданий закрепляет теоретический материал (при разработке практических занятий необходимо учитывать принципы диалогичности, преемственности, эмоциональности, интеграции); индивидуальные занятия, на которых студент самостоятельно выполняет семестровые задания; развивающие, коммуникативно-диалоговые, где студенты совместно с преподавателем обсуждают круг проблем, находятся в поиске и аргументации для принятия решения (работа в группах, ролевые игры); 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 и индивидуальных заданий используются интерактивные формы обучения: методы проектов и анализа ситуаций (case-study), исследовательский метод, дискуссии.

Учебные дискуссии представляют собой такую форму познавательной деятельности, в которой студенты и преподаватель упорядоченно и целенаправленно обмениваются своими мнениями, идеями, суждениями по обсуждаемой учебной проблеме. Во время дискуссии формируются следующие компетенции: коммуникативные (умения общаться, формулировать и задавать вопросы, отстаивать свою точку зрения, уважение и принятие собеседника), способности к анализу и синтезу, брать на себя ответственность, выявлять проблемы и решать их, умения отстаивать свою точку зрения, т.е. навыки социального общения. Формирование творческой личности, обладающей креативным мышлением, в современных условиях является актуальной задачей.

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 диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: выполнение творческого задания, устный опрос, зачет. В процессе реализации учебного курса целесообразно использование интерактивных форм обучения, составляющих 20 % от общего количества аудиторных занятий в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++.

В целях самоконтроля знаний студентов используются технологии проверки уровня овладения учебным материалом с использованием контрольных вопросов и тестовых заданий по разделам дисциплины. Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос, выполнение практических работ. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в форме зачета.

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.

На сайте «Электронная образовательная среда КемГИК» <https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=104> размещены теоретические, практические, справочные, методические, контрольно-измерительные электронные ресурсы по дисциплине.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Материалы для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры» 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 «Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры»

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 работ, 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: 11.05.2023).
5. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России: [сайт]. - Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru> (дата обращения: 12.05.2023).
6. AdMarket.ru: профессионально о стратегических коммуникациях : [информационный портал] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.admarket.ru> (дата обращения: 12.05.2023).
7. Sostav.RU : маркетинг, реклама, PR : [информационный портал] [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sostav.ru> (дата обращения: 12.05.2023).

8. PR в России : интернет-версия журнала [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rupr.ru> (дата обращения: 12.05.2023).

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 (промоушн)
Рекламная деятельность
Рекламная кампания
Сегментация рынка
Сейлзпромоушн(SalesPromotion)
Слоган
Событийный маркетинг (eventmarketing)
Средства массовой информации
Фирменный стиль
Целевая аудитория