

УДК 659(076.5)

ББК 60.842я73

Ч-49

Практикум составлен в соответствии с требованиями  
ФГОС ВО по направлению подготовки 51.04.05  
«Режиссура театрализованных представлений и праздников».

Утвержден на заседании кафедры режиссуры театрализованных  
представлений и праздников 17.11.2023 г., протокол № 4.

Рекомендован к изданию учебно-методическим советом  
режиссерско-педагогического факультета 20.11.2023 г., протокол № 2.

**Черняк, Е. Ф.**

Ч-49 Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры : практикум для обучающихся по направлению подготовки 51.04.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», профиль подготовки: «Театрализованные представления и праздники», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Е. Ф. Черняк ; Кемеровский государственный институт культуры. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2024. – 59 с. – Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-8154-0702-2

*Практикум является дополнительным учебно-практическим материалом по дисциплине «Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры», содержит описание практических заданий, методические указания по организации самостоятельной работы студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.04.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника: «магистр».*

**УДК 659(076.5)  
ББК 60.842я73**

ISBN 978-5-8154-0702-2

© Черняк Е. Ф., 2024

© ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный  
институт культуры», 2024

## ВВЕДЕНИЕ

Деятельность государственных учреждений культуры охватывает огромный спектр духовной жизни общества и играет основополагающую роль в сохранении и распространении культурных ценностей, развитии и творческой самореализации личности, гуманизации общества в целом.

Качественные перемены, глубокие экономические и социальные преобразования, произошедшие в российском обществе, потребовали принципиального переосмысления социальной роли современных государственных учреждений культуры. В новых условиях их деятельность вынуждена приобретать все более ярко выраженный характер социального лидерства, что связано с расширением круга их социального партнерства, появлением новых форм взаимодействия с социумом, усилением конкуренции на рынке социальных и культурных услуг, глобализацией культурного и экономического пространства.

В этой связи актуальными задачами деятельности учреждений культуры становятся повышение своего социального статуса и престижа, формирование в общественном сознании положительного имиджа учреждения культуры, установление прочных и долговременных отношений со своими целевыми аудиториями и социальными партнерами. Один из возможных путей решения этих задач лежит в изменении принципов, форм и методов коммуникации учреждения культуры с социальным окружением. Весьма перспективным в этом отношении представляется освоение и использование технологии связей с общественностью, под которыми понимаются планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью.

Формы и методы связей с общественностью (PR) традиционно использовались государственными учреждениями культуры для решения стоящих перед ними социальных задач – продвижения социальных идей и оказания социально-культурных услуг.

Общественная жизнь в условиях рыночных отношений диктует людям определенный минимум совместных действий, который достигается путем межличностной и групповой коммуникации, требующей наличия такого важного фактора, как умение убеждать, влиять, направлять, договариваться.

Для учреждений культуры связи с общественностью – это средство, соединяющее рынок досуга, рекламную стратегию, интересы организаций

и учреждений культуры, учебных заведений культуры и искусства в единую взаимодействующую систему.

Автор настоящего практикума исходит из того, что PR-деятельность во внешней среде необходимо строить на использовании современных технологий воздействия на человека и социальную среду, на установлении тесных взаимовыгодных контактов с пользователями и потребителями услуг учреждений культуры, их партнерами, государственными органами управления и общественными организациями.

Изучение данной дисциплины поможет магистрантам приобрести необходимые знания и навыки для успешной рекламно-презентационной деятельности в сфере культуры, что важно для привлечения аудитории, увеличения популярности учреждения и успешного конкурентирования на рынке культурных услуг.

Изучение дисциплины «Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры» предусмотрено планом подготовки специалистов в вузах культуры, и данный практикум соответствует образовательной программе по направлению подготовки 51.04.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника «магистр».

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

**Цель** практикума «Рекламно-презентационная деятельность в учреждениях культуры» – освоение концептуальных основ технологии проведения PR-кампаний в учреждениях культуры и создание бренда творческих проектов.

В результате освоения практической части дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

**знать:**

- 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;

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Методические указания по курсу.....	7
1.1. Методические указания для магистрантов по работе с литературой...	7
1.2. Методические указания по организации самостоятельной работы магистрантов.....	10
2. Описание практических занятий.....	11
Практическое занятие № 1. Организация PR-деятельности учреждений культуры.....	11
Практическое занятие № 2. Разработка программы PR-кампании творческого проекта учреждений культуры.....	23
3. Формы контроля и требования к выполнению практических заданий...	52
Список рекомендуемой литературы.....	53