

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ И
ИСКУССТВ**

**МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР
РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ**

Материалы научно-практической конференции

(Москва, 6 апреля 2009 года)

Москва 2009

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ И
ИСКУССТВ
Институт МАСС МЕДИА**

**МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
КАК ФАКТОР РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ
Материалы научно-практической конференции
(Москва, 6 апреля 2009 года)**

Москва 2009

Утверждено на заседании Ученого совета института МАСС МЕДИА
29.06.09, протокол №7.

Рекомендовано к изданию методическим советом Института МАСС
МЕДИА Московского государственного университета культуры и искусств
29.06.09, протокол №2.

Редакционная коллегия:

Ю.А. Головин, кандидат филологических наук, профессор

О.Е. Коханая, кандидат философских наук, доцент

**Массовые коммуникации как фактор реализации культурной
политики: Материалы научно-практической конференции
(Москва, 6 апреля 2009 г.) – М., 2009. – 148 с.**

*В сборнике представлены материалы научно-методической
конференции «Массовые коммуникации как фактор реализации
культурной политики», на которой преподавательским составом
Института МАСС МЕДИА Московского государственного
университета культуры и искусств обсуждались как проблемы
организации учебного процесса, так и аспекты художественного
творчества в системе приоритетов культуры.*

Содержание

Предисловие	7
Андреева Н.Е. Мотивация персонала на стратегию рекламного агентства.....	8
Бударина О.А. Основные параметры профессиональной подготовки специалиста по связям с общественностью.....	14
Ведерникова М.А. Сущность и типология культуроохранных технологий.....	21
Войченко Н.Г. Дыхание интеграла (о работе редакции в условиях конвергенции).....	25
Гайманова Е.В. Тьюторство как ресурс модернизации российского высшего образования.....	32
Головин Ю.А. Особенности функционирования региональных литературно-художественных журналов в постсоветский период.....	38
Гордеева Е.В. Социальная реклама в формировании визуальной культуры специалистов МАСС МЕДИА.....	49
Дементьева Н.Ю. Использование креативных технологий в формировании открытого мышления специалиста по рекламе.....	54
Козловский В.И. Реклама и целостно-смысловые аспекты общественного бытия.....	58
Коханая О.Е. Генриетта Паскар: создание первого детского театра.....	66
Листопадова С.С. Организация маркетинговых исследований в Интернете. Маркетинговая информационная система.....	75
Макиенко М.Г. Маркетинговые коммуникации в рекламе в процессе профессиональной подготовки специалиста МАСС МЕДИА.....	82
Малая О.Г. Преемственность в реализации практико-ориентированного подхода к подготовке специалиста по связям с общественностью.....	90

Матвеева Е.О.	Социальная реклама как фактор формирования позитивных общественных ценностей.....	96
Мерзликина А.Ю.	Информационная культура как составная часть базисной культуры личности.....	101
Паромов А.Я.	Фотографический язык в контексте современной культуры.....	108
Попов А.И.	Маркетинговый комплекс в управлении распространением периодической печатной продукции.....	111
Тушевская И.А.	Межпредметные связи в комплексной системе подготовки специалистов массовых коммуникаций.....	124
Шаталова Т.Е.	Возможности модульного обучения в процессе реализации образовательной программы по специальности «Реклама»	130
Садовская В.С., Е.В. Стахиева	Психолого-педагогические особенности формирования готовности личности студента к практико-ориентированному обучению.....	136
Наши авторы	151