

УДК 659+791.6
ББК 60.842я73
Ч49

Утвержден на заседании кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников 20.02.2019 г., протокол № 8.

Рекомендован к изданию УМС факультета режиссуры и актерского искусства 23.02.2019 г., протокол № 2.

Рецензенты:

Пономарев В. Д., доктор педагогических наук, профессор кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников, проректор по научной и творческой деятельности ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»;
Костюк Н. В., доктор педагогических наук, профессор, директор научно-исследовательского института межкультурной коммуникации и социально-культурных технологий ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»;
Черкашенинов Л. Ф., заведующий кафедрой РТПП, кандидат педагогических наук, доцент ФГБОУ ВО «Алтайский государственный институт культуры», заслуженный работник культуры РФ

Черняк, Е. Ф.

Ч49 Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры [Текст]: курс лекций для обучающихся по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Е. Ф. Черняк; Кемеров. гос. ин-т культуры. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2019. – 160 с.

ISBN 978-5-8154-0489-2

В курсе лекций рассматривается понятийный аппарат связей с общественностью и рекламы. Анализируются теоретические аспекты и история развития рекламно-презентационной деятельности и связей с общественностью. Особое внимание уделяется вопросам создания PR-акций и PR-кампаний в праздничных формах культуры.

Рекомендуется обучающимся по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», а также студентам других направлений подготовки и слушателям курсов повышения квалификации по дисциплинам «Режиссура театрализованных представлений и праздников», «Культура массовых коммуникаций» «PR-деятельность в учреждениях социально-культурной сферы», «Реклама в социально-культурной сфере» разных уровней подготовки.

УДК 659+791.6
ББК 60.842я73

ISBN 978-5-8154-0489-2

© Черняк Е. Ф., 2019
© ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры», 2019

ВВЕДЕНИЕ

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.

В этих условиях главным ресурсом адаптации и развития общества, на наш взгляд, становится система общественных связей («паблик рилейшнз» – связи с общественностью, «PR») – учрежденный культуры с внешней и внутренней средой.

Все более пристальное внимание ученые и практики уделяют изучению и освоению расширяющегося информационного пространства, которое способствует органичному и эффективному развитию, в том числе, и праздничной культуры. Наличие более развитых информационных технологий позволяет не только производить новую культурную информацию, но и активно использовать ее в создании и проведении театрализованных представлений и праздников, применять коммуникативные технологии и формировать устойчивые общественные связи.

Для деятельности в рамках праздничной культуры очень востребован обмен информацией и ценностями как с целью поддержания и урегулирования отношений в социализации человека, культурного контроля масс для обеспечения равновесия социальных систем, так и удовлетворения духовных потребностей людей и их интересов, готовности к участию в жизни социума.

Автор курса лекций «Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры» исходит из того, что рекламно-презентационную и PR-деятельность по позиционированию праздников и театрализованных представлений во внешней среде необходимо строить на основе использования современных технологий воздействия на человека и социальную среду, а также установления тесных взаимовыгодных контактов с пользователями и потребителями

услуг учреждений культуры, их партнерами, государственными органами управления и общественными организациями.

Именно поэтому и возникает необходимость изучения рекламно-презентационной деятельности и особенно PR-технологий: их специфики, механизмов, форм, методов и приемов.

Настоящий курс лекций может носить пропедевтическую функцию, после знакомства с ним читатель может обратиться к более обширным трудам по изложенной тематике. В целях углубленного изучения предложенного курса и активизации самостоятельной работы студентов автором приведен обширный список рекомендуемой литературы.

Изучение дисциплины «Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры» предусмотрено планом подготовки специалистов в вузах культуры, и данный курс лекций соответствует образовательной программе по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника «бакалавр».

Данная дисциплина базируется на компетенциях, сформированных при освоении дисциплин: «Режиссура театрализованных представлений и праздников», «Сценарное мастерство», «История и теория праздничной культуры», «Современная праздничная культура России» и др.

Целью освоения дисциплины «Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры» является освоение концептуальных основ технологии проведения рекламных и PR-кампаний театрализованных представлений и всех форм праздников.

С помощью материалов, содержащихся в лекциях, обучающийся сможет самостоятельно изучить основные вопросы курса, закрепить материал, полученный на практических занятиях, а преподаватель – организовать образовательный процесс и проконтролировать самостоятельную работу студентов.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Лекция 1. Связи с общественностью: основные понятия и определения. Этика и законодательство в области связей с общественностью.....	5
Лекция 2. Функции, принципы и роль связей с общественностью. Технологии формирования общественного мнения..	30
Лекция 3. Значение рекламы и PR в формировании культуры компании. Имидж организации.....	47
Лекция 4. Общественность в сфере Public Relations.....	65
Лекция 5. Рекламная и PR-коммуникация.....	77
Лекция 6. Проектирование PR-акций.....	102
Лекция 7. Презентация как эффективная форма PR-акций.....	119
Лекция 8. Организация и проведение PR-кампании праздника..	130
Заключение.....	147
Список рекомендуемой литературы.....	149