Подписано цифровой подписью:
Соколов Александр Сергеевич
DN: cn=Соколов Александр Сергеевич,
o=МГК им. П.И. Чайковского, ou=И.о.
ректора, профессор,
email=rectorat@mosconsv.ru, c=RU
Дата: 2023.11.21 16:13:37 +03'00'

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Московская государственная консерватория имени П. И. Чайковского»

Межфакультетская кафедра музыкально-информационных технологий

Принято решением Ученого совета МГК
30 мая 2023 г. протокол № 05/23

«УТВЕРЖДАЮ»
И. о. ректора, профессор
Соколов А. С.

Р А Б О Ч А Я П Р О Г Р А М М А

дисциплины
«Организация концертного дела»

Направление подготовки

50.06.01 Искусствоведение
профиль: музыкальное искусство

Уровень подготовки кадров высшей квалификации

Очная форма обучения

Курс	– 3
Семестр	– 5
Число зачетных единиц	– 2
Всего часов по учебному плану	– 72
Форма итогового контроля по дисциплине	– зачет

Москва 2023

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО по направлению подготовки

50.06.01 Искусствоведение, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 30 июля 2014 г. № 909.

Составители рабочей программы:

Руководитель дирекции
просветительских и творческих программ,
преподаватель Бондурянская К.О.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры музыкально-информационных технологий

Протокол от «17» февраля 2023 г. № 1/23.

Зав. кафедрой музыкально-информационных технологий
доцент А. Н. Ананьев

Согласовано:
И.о. директора НМБ им. С. И. Танеева И. З. Торилова

Содержание

1. Цель и задачи дисциплины 4
2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины 4
3. Место дисциплины в структуре ООП 5
4. Объем дисциплины, виды учебной работы и отчетности 5
5. Содержание дисциплины 5
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 7
7. Требования к формам и содержанию текущего, промежуточного, итогового контроля (программный минимум, зачетно-экзаменационные требования) 8
8. Информационные технологии, программное обеспечение, информационные справочные системы 10
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 11
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины 16

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: приобщение обучающихся к организации концертного дела, разъяснение её особенностей, направленных на конечный результат – создание художественного события; выполнение социальных заказов общества при создании концертных проектов; приобретение обучающимися навыков самостоятельной организационно-творческой работы; раскрытие принципов мониторинга творческих процессов; ознакомление с опытом отечественного и зарубежного концертного дела; понимание современных проблем, существующих в концертном деле.

Задачи дисциплины: ознакомить с историей концертного дела, картиной становления и развития организационных форм концертного исполнительства в России и за рубежом; обучить основам организации творческого и производственного процесса; изложить основы экономики концертных организаций, а также материального обеспечения их деятельности; определить понятия PR (продвижение) и FR (привлечение и аккумуляция финансовых средств); освоить виды и способы планирования в концертном деле; научить грамотно структурировать творческий коллектив концертной организации.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Аспирант, освоивший дисциплину, должен –

знать: основные закономерности развития искусства; историю отечественного и зарубежного концертного дела, основные этапы развития; факты и имена, связанные с организацией концертно-артистической деятельности;

уметь: планировать концертные проекты и составлять проектную документацию; определять и планировать рекламную кампанию концертного проекта; актуализировать опыт в области концертного дела в целях повышения уровня современного продюсирования; составлять пресс-релизы и индивидуальные резюме; работать с юридическими документами- контрактами, договорами; работать с финансовыми документами;

владеть: навыками научно-исследовательской деятельности; навыками коммуникации и координации деятельности; навыками системного анализа; навыками бюджетного планирования; навыками работы со СМИ и PR-службами.

Аспирант в результате освоения дисциплины должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК):**

- способность планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития (УК-5);

профессиональными компетенциями (ПК):

- организовывать работу, связанную с научно-просветительскими целями в отношении малоизвестных явлений старинной и современной музыки, популяризации и пропаганды достижений музыкальной культуры (ПК-15);
- осуществлять научные консультации и проводить экспертизы по музыкально-культурным и музыкально-историческим вопросам при создании, исполнении или постановке произведений музыкального и (или) музыкально-театрального искусства, при формировании репертуара театров, филармоний и др. творческих коллективов и организаций разного профиля (ПК-16);
- осуществлять связь со средствами массовой информации, участвовать в проведении пресс-конференций и других акций; организовывать работу по пропаганде музыкального искусства, в том числе с использованием возможностей радио, телевидения, Интернета (ПК-17);

- освещать важнейшие события и факты в области музыкального искусства, науки и педагогики в газетах, журналах, информационных агентствах, на телевидении и радио, в сетевых средствах массовой информации, информационно-рекламных службах (ПК-18).

3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Организация концертного дела» относится к вариативной части блока дисциплин по выбору вуза. Индекс дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.02.02. Дисциплина «Организация концертного дела» является неотъемлемой частью комплекса дисциплин, входящих в учебный комплекс подготовки по программам аспирантуры.

Взаимосвязь дисциплин учебного плана

Очевидны точки соприкосновения с такими учебными курсами как иностранный язык, психология, педагогика, риторика, эстетика, а также с процессами подготовки концертных программ и концертной практики. Осознание этих сопряжений способствует успешному освоению как дисциплины «Организация концертного дела», так и других дисциплин.

4. Объем дисциплины, виды учебной работы и отчетности

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры					
		1	2	3	4	5	6
Аудиторные занятия (всего)						**30**	
В том числе:							
Лекции (Лек)						10	
Семинары (Сем)						20	
Самостоятельная работа (всего)						**42**	
Вид итоговой аттестации (зачет)						Зач.	
Общая трудоемкость: час.	72 часа						
Зачет. ед.	2 зач. ед.						

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды учебных занятий

№ раз-дела	Наименование разделов дисциплины	Количество часов		
		Всего	Аудиторная работа	
			Лек.	Сем.
1	2			
1	Истоки концертного дела. От античности до XVII века	2	1	1
2	Опыт организации публичных концертов Нового времени (XVII-XIX в.)	2	1	1
3	Эволюция концертной индустрии в XX в.	3	1	2
4	Концертное дело в XXI веке- инновации и традиции	3	1	2
5	Классификация форм концертных организаций в России и за рубежом (правовые формы)	2	1	1
6	Законодательство в сфере концертного дела	3	1	2
7	Планирование концертной деятельности, мониторинг	5	1	4

№ раз-дела	Наименование разделов дисциплины	Количество часов		
		Всего	Аудиторная работа	
			Лек.	Сем.
8	Основы экономики концертного дела	2	1	1
9	Финансирование и привлечение средств на концертный проект (гранты, институт меценатства и др.)	3	1	2
10	Основы продвижения концертного проекта.	5	1	4
	Итого:	30	10	20

5.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Истоки концертного дела. Концерт в культуре Древней Греции. Первые формы профессиональных ассоциаций («Союз дионисийских артистов»). Концертная практика Древнего Рима. Разделение артистов и аудитории. Возникновение сценических площадок-Одеонов. Средневесковье. Виды и формы организации концертов первых профессиональных артистов – Трубадуров. Появление профессиональных объединений-цехов, интендантов, открытие концертных залов и школ в XIIIв. Ars Nova, певческие кружки (канторaты), их постепенное отделение от церкви в XVII в.

Тема 2. Опыт организации публичных концертов Нового времени. Процесс рождения публичного платного концерта. Четыре типа организаций, стоявших у истоков современных концертных форм. Строительство специализированных концертных залов.

Тема 3. Эволюция концертной индустрии в XX веке. Развитие коммерческих концертных мероприятий. Активное размежевание сфер академической и «лёгкой музыки». Формирование системы концертных площадок различных типов. Чёткое определение и распределение функций в профессии музыкального менеджера: импрессарио, персональный агент, возникновение профессиональных агенств.

Тема 4. Концертное дело в XXI веке. Музыкальная среда и рынок. Принципы и практика деятельности филармоний на современном этапе. Гастрольно-концертная деятельность в России и за рубежом: принципы, методы и механизмы организации.

Тема 5. Классификация форм концертных организаций в России и за рубежом. Сравнительный анализ правовых форм. Коммерческие и некоммерческие концертные организации. Автономные негосударственные и государственные организации.

Тема 6. Законодательство в сфере концертного дела в России и за рубежом. Государственная концепция развития культуры. Юридическая база. Законодательство в сфере авторского права.

Тема 7. Планирование концертной деятельности. Мониторинг. Анализ концертного рынка в России и за рубежом. Репертуарная политика ведущих концертных организаций. Координация и коммуникации в сфере концертной деятельности.

Тема 8. Основы экономики концертного дела. Бюджетные концертные организации. Экономическое планирование концертного сезона. Ценообразование при планировании концерта. Анализ бюджета концертного проекта.

Тема 9. Финансирование и привлечение средств на концертный проект. Институт русского меценатства. Традиции и новации. Обсуждение законодательной базы меценатства. Обсуждение документации спонсорского пакета. Система грантов. Анализ успешных проектов, получивших грантовую поддержку.

Тема 10. Основы продвижения концертного проекта. Анализ рекламных кампаний в сфере академической музыки в России и за рубежом. Реклама коммерческая и социальная. Реклама в социальных сетях (интернет).

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Список литературы

№	Название	Экз.	Электронный ресурс, примечание
Основная литература			
1.	Артемьева Т., Тульчинский Г. Фандрейзинг. С-Пб., 2010.	0	Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/1929/#2
2.	Кадырова С., Немцева Е., Тульчинский Г. Self-management в сфере культуры и искусства. С-Пб., 2013.	0	Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/13241/#224
3.	Ульяновский А. Реклама в сфере культуры. С-Пб., 2012.	0	Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/3807/#1
4.	Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры: учебное пособие / НИУ Высшая школа экономики в Санкт-Петербурге. - Электрон. дан. - Санкт-Петербург: Лань, Планета музыки, 2011.	0	Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/2047
5.	Шекова Е. Управление учреждениями культуры в современных условиях. С-Пб., 2014.	0	Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/41022/#413
6.	Шекова Е., Тульчинский Г., Евланов В., Новаторов Э. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. С-Пб., 2012.	0	Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/3820/#1
Дополнительная литература			
7.	Котлер Ф., Шефф Дж. Все билеты проданы. М., Классика-XXI, 2012.		1
8.	Лебрехт Н. Кто убил классическую музыку" М., Классика-XXI, 2007.		6
9.	Рубинштейн А. Экономика культуры. Уч. пос. Москва, 2006.		3
10.	Стракович Ю. Цифролюция. Что случилось с музыкой в XXI веке"., М., Классика-XXI, 2014.		1

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

www.mkrf.ru
www.meloman.ru
www.mosconcert.com
www.mmdm.ru
www.skor-art.ru
www.mariinsky.ru
www.bolshoi.ru
mezzo.tv
ru.medici.tv
www.muzcentrum.ru

7. Требования к формам и содержанию текущего, промежуточного, итогового контроля (программный минимум, зачетно-экзаменационные требования)

7.1. Формы контроля

Изучение дисциплины предполагает следующие формы работы: лекции, практические занятия, семинары. Самостоятельная работа аспиранта включает в себя знакомство с нормативно-правовыми документами, регулирующими предпринимательскую деятельность в области культуры и искусства, подготовку к выступлениям на семинарах, подготовку собственных бизнес-проектов, связанных с их профессиональной деятельностью.

Текущий контроль успеваемости проводится на аудиторных занятиях в виде устного опроса, дискуссии, обсуждения документов, представленных проектов.

Итоговый контроль (недифференцированный зачёт) проводится в форме: 1) деловой игры в группе; 2) презентации индивидуального творческого проекта на любую из предложенных ниже тем:

1. К проблеме наполняемости концертного зала.
2. Экономические составляющие концертной деятельности.
3. Анализ концертных событий Москвы (в выбранный отрезок времени – неделя, месяц, сезон).

7.2. Контрольные вопросы для самоподготовки

1. Концертная деятельность в России- традиции и новации.
2. Концертная организация: виды, правовые формы, структура, ресурсы.
3. Виды и формы рекламных кампаний концертных проектов.
4. Меценатство и система грантов. Законодательство и документальное сопровождение.

7.3. Критерии оценки знаний по дисциплине

Компетенция	Результаты обучения	Шкала оценивания
способность планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития (УК-5)	**знать:** основные закономерности развития искусства; историю отечественного и зарубежного концертного дела, основные этапы развития; факты и имена, связанные с организацией концертно-артистической деятельности; **уметь:** планировать концертные проекты и составлять проектную документацию; определять и планировать рекламную кампанию концертного проекта; работать с юридическими документами-контрактами, договорами; работать с финансовыми документами; **владеть:** навыками научно-исследовательской деятельности; навыками коммуникации и координации деятельности; навыками системного анализа; навыками бюджетного планирования; навыками работы со СМИ и PR-службами	**Зачет** **З1 …. З4** **Незачет** **Н1 … Н3**
организовывать работу, связанную с научно-просветительскими целями в отношении малоизвестных явлений старинной и современной музыки, популяризации и	**уметь:** планировать концертные проекты и составлять проектную документацию; определять и планировать рекламную кампанию концертного проекта; актуализировать опыт в области концертного дела в целях повышения уровня современного продюсирования; составлять пресс-релизы и индивидуальные резюме; работать с юридическими документами- контрактами,	**Зачет** **З1 …. З4** **Незачет** **Н1 … Н3**

пропаганды достижений музыкальной культуры (ПК-15)	договорами; работать с финансовыми документами; **владеть:** навыками научно-исследовательской деятельности; навыками коммуникации и координации деятельности; навыками системного анализа; навыками бюджетного планирования; навыками работы со СМИ и PR-службами	
осуществлять научные консультации и проводить экспертизы по музыкально-культурным и музыкально-историческим вопросам при создании, исполнении или постановке произведений музыкального и (или) музыкально-театрального искусства, при формировании репертуара театров, филармоний и др. творческих коллективов и организаций разного профиля (ПК-16)	**знать:** факты и имена, связанные с организацией концертно-артистической деятельности; **уметь:** составлять пресс-релизы и индивидуальные резюме; работать с юридическими документами-контрактами, договорами; работать с финансовыми документами; **владеть:** навыками научно-исследовательской деятельности; навыками коммуникации и координации деятельности; навыками системного анализа;	**Зачет** **З1 …. З4** **Незачет** **Н1 … Н3**
готовность осуществлять связь со средствами массовой информации, участвовать в проведении пресс-конференций и других акций; организовывать работу по пропаганде музыкального искусства, в том числе с использованием возможностей радио, телевидения, Интернета (ПК-17)	**знать:** факты и имена, связанные с организацией концертно-артистической деятельности; **уметь:** планировать концертные проекты и составлять проектную документацию; определять и планировать рекламную кампанию концертного проекта; актуализировать опыт в области концертного дела в целях повышения уровня современного продюсирования; составлять пресс-релизы и индивидуальные резюме; **владеть:** навыками научно-исследовательской деятельности; навыками коммуникации и координации деятельности; навыками системного анализа; навыками бюджетного планирования; навыками работы со СМИ и PR-службами	**Зачет** **З1 …. З4** **Незачет** **Н1 … Н3**
готовность освещать важнейшие события и факты в области музыкального искусства, науки и педагогики в газетах, журналах, информационных агентствах, на телевидении и радио, в сетевых средствах массовой информации, информационно-рекламных службах (ПК-18)	**знать:** основные закономерности развития искусства; историю отечественного и зарубежного концертного дела, основные этапы развития; факты и имена, связанные с организацией концертно-артистической деятельности; **уметь:** планировать концертные проекты и составлять проектную документацию; определять и планировать рекламную кампанию концертного проекта; актуализировать опыт в области концертного дела в целях повышения уровня современного продюсирования; составлять пресс-релизы и индивидуальные резюме; **владеть:** навыками научно-исследовательской деятельности; навыками коммуникации и координации деятельности; навыками работы со СМИ и PR-службами	**Зачет** **З1 …. З4** **Незачет** **Н1 … Н3**

«Зачтено» ставится, если: знания аспиранта отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; аспирант свободно владеет научной терминологией; ответ аспиранта структурирован, логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок.

«Не зачтено» ставится, если: обнаружено незнание или непонимание аспирантом сущностной части предмета; содержание вопросов не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые аспирант не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию зачета аспирант затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.
В случае получения оценки «не зачтено» аспирант имеет право пересдать зачет в установленном порядке.

Критерии оценивания выполненных творческих проектов:
Оценка содержания проекта:
- аргументированность выбора темы,
- обоснование потребности,
- практическая направленность и значимость проекта;
- объем и полнота разработки,
- самостоятельность,
- реалистичность, подготовленность к восприятию проекта другими людьми,
- законченность, материальное воплощение проекта;
- аргументированность предлагаемых решений, подходов, выводов, найденных решений;
- оригинальность, новизна;
- грамотность;

Оценка защиты выполненного проекта:
- качество выступления: композиция, полнота представления работы, аргументированность, объем тезауруса, убедительность и убежденность;
- объем и глубина знаний по теме, эрудиция;
- культура речи, использование наглядных средств, чувство времени, работа с аудиторией;
- качество использования средств ИКТ;
- ответы на вопросы: полнота, аргументированность;
- коммуникабельность, доброжелательность, контактность;
- деловые и волевые качества автора проекта: ответственное отношение, стремление к достижению высоких результатов, готовность к дискуссии.

8. Информационные технологии, программное обеспечение, информационные справочные системы

Программное обеспечение
1. Internet Explorer или другие браузеры
2. Программное обеспечение для организации удаленного обучения (система Moodle)
3. Электронно-библиотечная система «Лань» http://www.taneevlibrary.ru/muzresursy/elektronnye-resursy-biblioteki/elektronno-bibliotechnaya-sistema-lan/
4. Доступ к учебно-методической и научной информации обеспечен на сайте Научной Музыкальной Библиотеки им. С.И. Танеева (НМБТ) МГК им. П.И. Чайковского http://www.taneevlibrary.ru/
5. Поисковые системы, www.yandex.ru , www.google.com и др.
6. Официальный сайт Консерватории http://www.mosconsv.ru

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе «Лань» и к электронной информационно-образовательной среде организации (Moodle).

Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети "Интернет", как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети "Интернет".

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа аспирантов по освоению дисциплины предполагает следующие виды работы:
1. Изучение специальной профессиональной литературы;
2. Постоянное ознакомление с отечественной и зарубежной профессиональной периодикой;
3. Мониторинг творческих проектов, осуществляемых в России и за рубежом;
4. Разработка самостоятельных творческих проектов;
5. Подготовка информационных сообщений для семинаров;
6. Подготовка к участию в деловых играх;
7. Составление аннотаций, пресс-релизов, индивидуальных резюме.

9.1. Творческий проект

Примерная структура:
1. Обоснование разработки проекта (актуальность темы, анализ исходной ситуации).
2. Проблема, предполагаемый масштаб ее решения.
3. Цель, задачи.
4. Ожидаемые результаты (продукт проектной деятельности): название, сфера и условия применения, описание и технологические характеристики.
5. Ресурсное обеспечение.
6. План работы. Средства решения проблемы.
7. Библиографический список.

Требования к оформлению:
1. Проект представляется на бумажном и электронном носителях.
2. Примерный объем: в печатном виде – не более 10 страниц, в электронном виде – не менее 10 слайдов.
3. Титульный лист оформляется в соответ ствии с образцом

Публичная защита проекта проводится в рамках семинарских и практических занятий, время выступления 10 минут. В ходе выступления возможно использование электронной презентации и других дополнительных наглядных (пояснительных) и раздаточных материалов. По завершению выступления участники отвечают на вопросы преподавателя и других слушателей. Ответы на вопросы должны быть краткими и касаться только сути заданного вопроса.

9.2. Семинар

Перед написанием доклада по теме семинара необходимо вникнуть в сущность проблемы, которую предстоит освещать. Для этого нужно иметь развернутый перечень литературы, посвященной анализу рассматриваемого вопроса. Перечень должен содержать: учебники, учебные пособия, научные исследования, статьи и т.д. Уже сам процесс обобщения литературы по теме требует серьезных творческих усилий, ибо предполагает кропотливую работу с каталогом в библиотеке, знакомство с дополнительной учебной литературой, усвоение тематики статей, публикуемых в периодических изданиях Методическую помощь по составлению списка литературы целесообразно получить у преподавателя.

Важный предварительный этап работы над докладом – составление его плана. План должен предусматривать вводную часть, перечень основных вопросов и заключительную часть. Во вводной части необходимо обосновать актуальность темы, обозначить целевую установку доклада, дать обзор информационных источников, которые использует автор в своем докладе. В основной части доклада должна присутствовать логически стройная, исчерпывающая аргументация по обоснованию тех тезисов, которые автор выдвигает в качестве главной идеи доклада. Это могут быть 2-3 положения, сформулированные в форме утверждения по поводу рассматриваемой проблемы. Каждому положению целесообразно посвятить отдельный вопрос (раздел) доклада. Аргументация, выдвигаемая автором, должна иметь научный характер. Это значит, что следует работать лишь с той информацией, которая имеет объективный характер и возможность проверки (официальные документы, статистические данные авторитетных организаций, материалы из публикаций в научных изданиях и т.д.). Такую информацию необходимо тщательно систематизировать и выявить в ней главное, сущностное, а уже на этой основе строить рациональную, логически непротиворечивую цепь аргументов, доказывающих истинность выдвигаемых докладчиком тезисов.

9.3. Деловая игра

Деловая игра – это воспроизведение какой либо деятельности, а также их игровое моделирование. Деловые игры в своей основе имеют поиск оптимальных решений конкретной проблемы или задачи, которые возникают в практической деятельности аспирантов. Деловые игры в отличие от других традиционных методов обучения позволяют более полно воспроизводить деятельность будущих специалистов, выявлять затруднения и причины их появления, разрабатывать и оценивать варианты решения затруднений, принимать решения и определять механизмы их реализации. Это дает возможность рассматривать затруднения не абстрактно, а как конкретную задачную ситуацию.

Различают следующие виды деловых игр:

1) *Имитационная игра* – род деловой игры, не направленной на поиск решения конкретной задачи (ситуации) в интересах конкретного человека; имитация реальных задач. Данный вид деловых игр применяется для развития навыков и умений по практическому использованию теоретических знаний. Здесь отрабатываются новые приемы и методы, а также условия применения теоретических знаний и практических навыков. Учащиеся, участвующие в деловой игре должны постоянно ощущать важность решаемой проблемы и понимать, что подобные проблемы им придется решать в дальнейшем на своем рабочем месте.

2) *Инновационная игра* – род деловой игры, уникальной по содержанию, по ситуации или по задаче. В инновационной игре особое внимание обращается на некритические функции. Это означает, что уже в сценарии критические процессы более представлены, реализуются в режиссуре, оформляются целевым образом как направленность игры на

разотождествление с прежними средствами и способами действия и прежней организации действия.

Для каждой игры разрабатывается документация и необходимые методические материалы. ***Проспект деловой игры*** может содержать: название игры; концепцию игры, цели, ее общее содержание и условия проведения. В ***сценарии*** дается характеристика объекта деловой игры, порядок проведения, состав участников, перечень должностных лиц, деятельность которых моделируется в игре, их роли, исходная информация, справочные материалы и таблицы, необходимые для обработки информации и подготовки соответствующего решения. Характеризуются правила и методические рекомендации игры и подведения итогов. В ***приложениях*** рекомендуется дать словарь употребляемых терминов и понятий для их однозначного понимания участниками. Игровая обстановка отражает принципиальные решения по формам взаимодействия игроков в процессе игры (с помощью игровых предметов, с использованием документов, устно, через ЭВМ и т.д.). ***Регламент*** – расписание игры, в котором указываются порядок игры, характер времени проведения игры. Практика проведения деловых игр и конкретных ситуаций показывает, что при неправильной организации деловой игры, без четко установленного регламента на ее завершение, не хватает времени. Поэтому необходимо строго следить за временем, с тем чтобы его хватило для полного разбора рассматриваемой проблемы и для заключения.

Игровая роль – это отражение некоторой реальной роли или совокупности реальных ролей в деловой игре. Совокупность игровых ролей образует формальную структуру игровой организации. ***Игрок*** (учащийся) – это участник деловой игры, исполняющий определенную игровую роль. Кроме описания ролей, игроки в игровом эксперименте используют приказы, инструкции, законы и другие материалы, регламентирующие деятельность всего коллектива игроков как членов имитируемой организации. Для лучшего использования содержащихся в них сведений игровые и вспомогательные материалы передаются участникам игры по мере необходимости.

Функциональные роли участников деловой игры:

Руководитель игры (преподаватель). Руководитель открывает дискуссию, поддерживает ее равновесие между участниками деловой игры и при необходимости управляет ею с помощью наводящих вопросов. Искусство руководителя заключается в том, чтобы с помощью наводящих вопросов заставить участников игры пересмотреть предложенные позиции и выйти на правильное решение проблемы. Обязанность руководителя состоит в том, чтобы довести до сознания участников игры основные положения и выводы, дать четкое заключение, показать участникам игры, чего удалось добиться ее участникам. Незаконченность занятия, выразившаяся в недостаточно обстоятельном подведении итоговой деловой игры, может существенно обесценить всю большую работу по ее проведению.

Формирование команд. Подбор и подготовка игроков проводятся с помощью специальных методов. Чаще всего при проверке степени подготовленности к деловой игре применяются критериально-ориентированные тесты достижений (англ. test - проба, испытание, исследование). При этом устанавливается возможность совмещения игроками нескольких ролей и исполнения одной роли несколькими игроками.

Игру следует разделить на несколько этапов. *На первом этапе* формулируется цель игры и дается необходимая исходная информация, которая может быть представлена игрокам как на игре, так и заранее. Руководитель (преподаватель) должен дать участникам деловой игры инструкцию, в которой разъясняются особенности игры, порядок проведения и обсуждения; обратить их внимание на критерии оценки результатов деловой игры, учитывая, что обучаемые в основном работают в малых группах, и игра практически носит состязательный характер. На практике довольно часто используются такие критерии оценки эффективности работы групп: доклад (содержательная часть, четкость сообщения, регламент, лаконичность); новизна предлагаемых мероприятий; глубина и широта анализа;

обоснованность мероприятий; активность членов подгруппы в обосновании и защите предлагаемых мероприятий.

Второй этап – это самостоятельная работа участников в командах. Коллективное обсуждение проблемы выявит разные подходы и решения одной и той же проблемы или задачи. Важно использование принципа консенсуса, т.е. единогласное принятие общих решений, но не путем голосования, а на основе предварительного соглашения и отсутствия возражений по поводу решения. Однако это не означает, что кто-либо из участников и в этом случае не может выйти на коллективное обсуждение в общей группе со своей точкой зрения.

Третий этап – это межгрупповая дискуссия. Каждая команда докладывает свой вариант разрешения рассматриваемой проблемы. Участники других команд выступают в качестве оппонентов, они задают вопросы, выступают с критическими замечаниями или в поддержку представленного проекта. Если игра проводится в несколько циклов, то после последнего цикла анализируются деятельность участников игры и оценка каждого ее участника.

9.4. Составление пресс-релизов

Пресс-релиз (анонс или новостной) – сообщение для прессы или общественности; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации (возможно и частном лице), выпустившей пресс-релиз, изложение её позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ. Например, предстоящее мероприятие, презентация, выставка, конкурс, концерт, фестиваль и т.д. Конечная цель деятельности по рассылке пресс-релизов состоит в том, чтобы сформировать и поддерживать определенный имидж учреждения в глазах широкой общественности.

Пресс-релиз пишется по поводу какой-то новости или события, которое называется информационным поводом. По этой причине содержание релиза, как правило, связано с определенным временным периодом.

Пресс-релизы бывают нескольких разновидностей:

• пресс-релиз-анонс – сообщает о событии, которое только должно произойти. Помимо изложения сути предстоящего события в этом пресс-релизе можно дать соответствующую предысторию этого события, которая поможет заинтересовать прессу.

• пресс-релиз-новость (ньюс-релиз) – несёт в себе информацию об уже свершившемся событии. Здесь можно добавить и краткие комментарии действующих или заинтересованных лиц.

• информационный пресс-релиз – информирует о текущем, ещё не завершённом событии. В этом пресс-релизе даётся только отчёт о текущих изменениях или новом повороте событий, предполагая, что суть этого события уже известна.

Пресс-релиз не должен содержать оценочных данных или информации рекламного характера, должен быть небольшим по объёму (не больше 2-х страниц) и содержать в себе информацию только об одной-единственной новости. Информация в прессе-релизе должна отвечать требованиям того издания, куда был отправлен пресс-релиз.

При подготовке пресс-релиза учитываются следующие аспекты:

• на первый план выносится новость или сенсация, и только потом, если нужно, рассказывается о деталях и подготовительных этапах. Это позволяет зрителю или читателю сразу же оценить, интересна ли для него информация, стоит на нее обратить внимание или нет;

• первые фразы пресс-релиза должны приписываться наиболее ярко и эффектно, так, чтобы они сыграли роль «наживки»;

• один релиз – одна мысль, все «кстати» отсекаются; информация должна «проглатываться» потребителем быстро и легко;

- исключаются все рассуждения – эмоциональные оценки; публикации в СМИ строятся исключительно на основе фактов. Именно за счет отбора тех, а не иных фактов и деталей передается отношение к событию;
- позаботиться об иллюстративном материале (фотоматериале);
- быть честным и писать о том, что может быть интересно журналистам и читателям СМИ; повод для написания пресс-релиза должен быть действительно значимым.
- пресс-релиз можно писать до самого события (анонс), либо после него (пост-релиз);
- сообщать информацию, а не давать рекламу; информация – это «рассказ не о том, что вы продаете, а о том, как вы живете».
- пресс-релиз обычно пишется не в разговорной, повествовательной манере, а в телеграфной, обезличенной.
- пресс-релиз стоит писать, если есть действительно интересная новость;
- пресс-релиз должен отвечать на следующие вопросы: Что (происходит)? Где это (происходит)? Когда это (происходит)? Почему и зачем (это делается)? Какие перспективы это имеет? (если таковые есть);
- информация пресс-релиза должна быть интересна и нужна аудитории того издания, куда направляется пресс-релиз;
- информация должна быть актуальной, злободневной;
- информация должна быть близка читателям, общественно значимой (хорошо, если информацию можно связать с какой-нибудь общественно важной проблемой).

Структура пресс-релиза, перечень основных составляющих:

- *Заголовок* – обязательная часть, должен содержать основную идею пресс-релиза и быть информативным, емким и понятным; чем короче, тем лучше; должен содержать основную идею сообщения и быть, по возможности, ярким, интересным, запоминающимся. Заголовки к текстам для сайта отражают, как правило, характер действия или его этапа.
- *Вводный абзац, или резюме* – краткое содержание пресс-релиза, выражающее основную мысль текста в нескольких предложениях; резюме не должно копировать заголовок, но при этом должно даваьб более расширенную информацию, пояснять его. Резюме, как правило, отвечает на вопросы: когда? где? и что? а также в некоторых случаях кто?
- *Основная часть текста* – отвечает на оставшиеся вопросы: кто? почему? и зачем? какие перспективы ожидаются? (если они есть); рекомендуемый объем основной части – примерно 1,5 тыс. знаков, но, в зависимости от темы и содержания новости, объем пресс-релиза может варьироваться по усмотрению автора.
- *Справочная информация по теме события* может быть представлена в тексте, либо вынесена за текст, это делается по усмотрению автора.
- *Контакты ответственного лица* – очень важная часть для самой компании и автора релиза. При этом желательно в первую очередь указывать реквизиты мобильных контактов – телефон, e-mail. Необходимым является и указание полного Ф.И.О и должности автора релиза, или лица, к которому можно будет, при необходимости, обращаться за пояснениями, комментариями или с вопросами.
- *Адрес сайта, если он есть*.

Примерная форма пресс-релиз анонса:

Текст анонса о мероприятии пишется произвольной форме, но с обязательным указанием:

- дата и время мероприятия;
- место проведения с указанием помещения и адреса;
- название мероприятия и форма (концерт, творческая встреча, спектакль, выставка, конкурс и т.п.);

- название отдела или коллектива-организатора мероприятия, участники мероприятия (кто, предполагаемое количество);
- на какую аудиторию рассчитано мероприятие,
- телефон для справок, контактное лицо по мероприятию, должность, Ф.И.О., подготовившего информацию;

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Организация должна располагать материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам, обеспечивающим проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренной учебным планом.

Самостоятельная работа обучающихся должна сопровождаться необходимым информационно-методическим обеспечением, доступом к электронным ресурсам нормативно-правовой информации.

1. Персональные и сетевые компьютеры;
2. Подключение к интернету;
3. Аудио-колонки;
4. Программное обеспечение;
5. Принтер, ксерокс и бумага для копирования материалов;
6. Маркерная доска и маркеры;
7. Столы и стулья по количеству обучающихся.