**Необходимо выполнить по одному заданию на выбор студента из каждого практического занятия:**

Практическое занятие 1

Тема: Реклама и связи с общественностью в организациях культуры

**Задание 1.** 19 июля 1937 года в Мюнхене открылась выставка «Дегенеративное искусство», в экспозицию которой были включены работы Василия Кандинского, Марка Шагала, Пауля Клее, Эрнста Людвига Кирхнера, Оскара Кокошки, Пита Мондриана и многих других известных художниковавангардистов. Нацистские «кураторы» создавали экспозицию с единственной целью – развенчать модернистское искусство, показать немцам глубину падения искусства, если им занимаются евреи и большевики. Нацисты задумывали выставку как смотр нелепостей и абсурда. Однако, вопреки ожиданиям организаторов, выставка стала самым посещаемым модернистским проектов в XX веке. Как вы объясните этот феномен? Сформулируйте ответ лаконично (от 6 до 15 предложений).

**Задание 2.** Современные мировые тенденции в искусстве заключаются в проектном характере экспонирования. Музеи, художественные галереи, международные художественные выставки предлагают не просто отдельных художников и отдельные художественные работы, но единый художественный проект или серию таких проектов. Художественный проект объединяет разнообразные работы, практики, техники в пространстве и времени, предлагая публике новый смысл: эстетический, культурный, политический или социальный. Найдите на сайте Московского музея современного искусства (Московский музей современного искусства (mmoma.ru)) примеры проектного экспонирования. Как достигается единство и цельность выставки? Сформулируйте ответ лаконично (от 6 до 15 предложений).

**Задание 3.** В современном искусстве сложились две коммуникативные стратегии, к которым прибегают и художники, и кураторы и которые можно обозначить как интеллектуальную и эпатажную (стратегию скандальной известности). И та, и другая связаны с природой и особенностями материала, форм и эстетических средств выражения, предпочитаемых авторами художественных проектов. Приведите один пример использования стратегии скандальной известности в продвижении арт-продукта. Охарактеризуйте роль медиаканалов в реализации этого проекта. Сформулируйте ответ лаконично (от 6 до 15 предложений).

Практическое занятие 2

Тема: Основы массовых коммуникаций и модели разработки коммуникационной стратегии

**Задание 1.** Анализ коммуникационных стратегий организаций

Выберите любую организацию и проанализируйте ее коммуникационные стратегии. Необходимо выявить, какие принципы и модели основы этих стратегий, а также проанализировать их эффективность. Перед выполнением задания следует изучить основные принципы разработки коммуникационной стратегии и методы ее оценки. Выполнение в свободной форме – в виде текста, таблицы, с использованием диаграмм и схем. Лаконично опишите выводы (10-20 предложений).

**Задание 2.** Создание коммуникационной стратегии для малого бизнеса

Выберите любую организацию. Вам необходимо определить цели, целевую аудиторию, основные сообщения и каналы коммуникации для привлечения клиентов и укрепления имиджа бизнеса. Лаконично опишите выводы (10-20 предложений).

**Задание 3.** Создание PR-кампании для благотворительной организации

Выберите любую благотворительную организацию. Определите ее цели, целевую аудиторию, сообщения и каналы коммуникации для привлечения внимания к благотворительной организации и сбора средств. Лаконично опишите выводы (10-20 предложений).

**Задание 4.** Сравнение разных моделей разработки коммуникационной стратегии

Проанализируйте и сравните 2 любые модели разработки коммуникационной стратегии. Например, такие модели как RACE (Разумение, Анализ, Коммуникация, Оценка), модель PESO (Платные, Заслуженные, Собственные, Общие) и другие. Выявите преимущества и недостатки каждой модели и предложите рекомендации для выбора наиболее подходящей модели в различных ситуациях. Лаконично опишите выводы (10-20 предложений).