

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.02.02** Перформативные искусства

Учебный план: ФГОС3+\_2020-2021\_42.04.01\_ИБК\_ЗАО\_РИСО в креативных индустриях.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
2	УП	8	12	79	9	3	Экзамен
	РПД	8	12	79	9	3	
Итого	УП	8	12	79	9	3	
	РПД	8	12	79	9	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:  
Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью \_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** познакомить обучающихся со спецификой авторской деятельности в сфере коммуникаций, особенностями перформативных коммуникаций и искусств, особенностями создания коммуникационного продукта высокого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач.

**1.2 Задачи дисциплины:**

познакомить обучающихся со спецификой перформативных коммуникаций и искусств;  
дать представления о перформативном дискурсе и способах создания перформативных высказываний в коммуникационной сфере.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Философские проблемы науки и техники
- Теория и философия медиакоммуникаций
- Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов
- Основы научных исследований в профессиональной сфере
- История публичных коммуникаций
- Производственная практика (профессионально-творческая практика)
- Введение в теорию и практику креативных индустрий
- Теория и практика кураторства

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПКо-3: Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</b>
--

<b>Знать:</b> специфику исполнительских искусств в контексте авторской деятельности по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики коммуникационных задач
--

<b>Уметь:</b> аргументированно и эффективно интегрировать художественные аспекты пластических искусств в прагматические маркетинговые задачи
--

<b>Владеть:</b> навыком анализа перформативных практик и искусств и разработки на их основе авторского коммуникационного продукта с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта
--

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретико-методологическое основание дисциплины	2				
Тема 1. Перформативный поворот в современных исследованиях массовых и медийных коммуникаций. Практическое занятие: Перформативный поворот и новая эстетика		2	2	20	ИЛ
Тема 2. Междисциплинарные исследования феномена перформативности сегодня Практическое занятие: Понятия перформативности: "перформанс", "спектакль", "вовлечение", "иммерсия".		2	2	19	ГД
Раздел 2. Перформативные коммуникации					
Тема 3. Перформативный дискурс, перформанс, коммуникационные стратегии. Практическое занятие: репрезентативные и перформативные характеристики коммуникативного процесса. Спектакль как событие.		2	4	20	НИ
Тема 4. Создание материальности перформативными средствами. Практическое занятие: Воплощение/присутствие/телесность. Театральное/перформативное пространство/атмосфера. Звуковое пространство. Ритм.		2	4	20	НИ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	12	79	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)			2,5	6,5	
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		22,5	85,5		

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКo-3	описывает специфику перформативных коммуникаций и искусств в контексте авторской деятельности в сфере коммуникаций; выявляет и характеризует интеграции пластических искусств в медиа и коммуникационных продуктах; анализирует перформативные практики и разрабатывает на их основе авторские коммуникационные продукты.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Ответ стандартный, качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на учебных материалах, содержащий существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств.	

### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 2	
1	Перформативный поворот в современной культуре
2	Маркетинг культуры - культура маркетинга
3	Петформатив и перформанс.
4	Перформанс и спектакль
5	Общество спектакля и общество соблазна
6	Сообщество и обмен ролями
7	Инструменты перформативных искусств
8	Перформативное пространство
9	Звуковое пространство
10	Атмосфера в маркетинге
11	Воплощение и погружение в производстве смысла
12	Спектакль как событие
13	Постановка и эстетический опыт
14	Перформативный дискурс и коммуникационные стратегии

#### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены.

#### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Предложить проект специального мероприятия для внутренних/ внешних (по усмотрению преподавателя) коммуникаций. Используя элементы:

- образно-выразительные способы репрезентации власти и властных отношений;
- формирование политических идентичностей посредством ритуальных и инновационных шоу;
- использование развлекательного компонента;
- приемы вовлечения в коммуникацию;
- иных перформативных ресурсов коммуникации.

Аргументировать выбор элементов, эксплицировать структуру проекта.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течении семестра выполняются контрольные работы.  
Дается 1 вопрос и 1 задание. Время подготовки 30 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Романцов, А. Н.	Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57071.html">http://www.iprbookshop.ru/57071.html</a>
Филонов В. Ф.	Событие как первооснова сценического действия	Челябинск: Челябинский государственный институт культуры	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/56500.html">http://www.iprbookshop.ru/56500.html</a>
Мазилкина, Е. И.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Ростов-на-Дону: Феникс	2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/4983.html">http://www.iprbookshop.ru/4983.html</a>
Лебедев, А. Н., Гордякова, О. В.	Личность в системе маркетинговых коммуникаций	Москва: Институт психологии РАН	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/51924.html">http://www.iprbookshop.ru/51924.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Акулич, И. Л.	Маркетинг взаимоотношений	Минск: Вышэйшая школа	2010	<a href="http://www.iprbookshop.ru/20085.html">http://www.iprbookshop.ru/20085.html</a>
Белобрагин, В. В.	Психология имиджа отечественного шоу-бизнеса	Москва: Научный консультант	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75142.html">http://www.iprbookshop.ru/75142.html</a>
Мазилкина, Е. И.	Маркетинговые коммуникации	Москва: Эксмо	2010	<a href="http://www.iprbookshop.ru/907.html">http://www.iprbookshop.ru/907.html</a>
Безрутченко, Ю. В.	Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме	Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа	2013	<a href="http://www.iprbookshop.ru/16475.html">http://www.iprbookshop.ru/16475.html</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].  
URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс].  
URL: <https://www.restko.ru/>

Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс]  
URL: [www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс]  
<http://www.akospr.ru/>

Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска