

Учебно-методические и иные материалы

20. Мицкевич, Ю.В. Использование современных рекламных технологий в процессе подготовки новогодних праздников / Ю.В. Мицкевич // Инавацыйныя формы і метады падрыхтоўкі і правядзення навагодніх свят [Электронны ресурс] : матэрыялы семінара-практыкума. Мінск. 11 лістан. 2006 г. / рэдкал.: А.Я. Камінскі (адк. рэд.) [і інш.]. – Электрон. дан. і прогн. (700 Мб). – Мінск, 2006. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM): зв., цв.

21. Міцкевіч, Ю.У. Рэкламныя тэхналогіі ў сацыякультурнай сферы : праграма вучэб. курса / Ю.У. Міцкевіч. – Мінск : Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў, 2006. – 18 с.

22. Міцкевіч, Ю.У. Рэклама ў сферы культуры : праграма вучэб. курса / Ю.У. Міцкевіч. – Мінск : Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў, 2012. – 12 с.

РЕЗЮМЕ

Мицкевич Юлия Владимировна Организационно-педагогическое обеспечение рекламной деятельности культурно-досуговых учреждений

Ключевые слова: рекламная деятельность культурно-досуговых учреждений, специалист сферы досуга, социально-педагогическая направленность, воздействие рекламы, компетентностная модель специалиста по рекламной деятельности.

Цель исследования: теоретическое обоснование и экспериментальная проверка действенности организационно-педагогического обеспечения рекламной деятельности культурно-досуговых учреждений.

Методы исследования: теоретические (анализ и синтез научной литературы по проблеме исследования, сравнение, обобщение, моделирование); эмпирические (наблюдение, анкетирование, стандартизированное интервью, экспертная оценка, педагогический эксперимент); методы математической статистики для обработки экспериментальных данных.

Полученные результаты и их новизна: раскрыта социально-культурная сущность рекламной деятельности; выявлена социально-педагогическая направленность рекламной деятельности культурно-досуговых учреждений; разработана концепция социально-педагогического воздействия рекламы на разные группы населения; разработано организационно-педагогическое обеспечение рекламной деятельности культурно-досуговых учреждений и определены условия, повышающие субъектную активность в процессе рекламной практики; разработана и апробирована компетентностная модель специалиста по рекламной деятельности культурно-досуговых учреждений.

Рекомендации по использованию: материалы и результаты диссертации могут использоваться руководителями учреждений досуга, образования, специалистами в области рекламы при разработке стратегии рекламной поддержки мероприятий: при подготовке учебных программ, пособий; в практике проведения специальных курсов для студентов высших учебных заведений и системы переподготовки специалистов по проблемам рекламы и рекламной деятельности в культурно-досуговой сфере.

Область применения: социальная педагогика, менеджмент и педагогика социокультурной деятельности, реклама.

РЭЗЬЮМЭ

Міцкевіч Юлія Уладзіміраўна

Арганізацыйна-педагагічнае забеспячэнне рэкламнай дзейнасці
культурна-адпачынкавых устаноў

Ключавыя словы: рэкламная дзейнасць культурна-адпачынкавых устаноў, спецыяліст у сферы вольнага часу, сацыяльна-педагагічная накіраванасць, рэкламнае ўздзеянне, кампетэнтнасная мадэль спецыяліста па рэкламнай дзейнасці.

Мэта даследавання: тэарэтычнае аб'рунтаванне і эксперыментальная праверка дзейнасці арганізацыйна-педагагічнага забеспячэння рэкламнай дзейнасці культурна-адпачынкавых устаноў.

Метады даследавання: тэарэтычныя (аналіз і сінтэз навуковай літаратуры па праблеме даследавання, параўнанне, абагульненне, мадэліраванне); эмпірычныя (назіранне, анкетаванне, стандартызаванае інтэрв'ю, экспертная ацэнка, педагагічны эксперымент); метады матэматычнай статыстыкі апрацоўкі эксперыментальных даных.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: раскрыта сацыяльна-культурная сутнасць рэкламнай дзейнасці: выяўлена сацыяльна-педагагічная накіраванасць рэкламнай дзейнасці культурна-адпачынкавых устаноў; распрацавана канцэпцыя сацыяльна-педагагічнага ўздзеяння рэкламы на розныя групы насельніцтва; распрацавана арганізацыйна-педагагічнае забеспячэнне рэкламнай дзейнасці культурна-адпачынкавых устаноў і вызначаны ўмовы, якія павышаюць суб'ектную актыўнасць у працэсе рэкламнай практыкі; распрацавана і апрабавана кампетэнтнасная мадэль спецыяліста па рэкламнай дзейнасці культурна-адпачынкавых устаноў.

Рэкамендацыі па выкарыстанні: матэрыялы і вынікі дысертацыі могуць выкарыстоўвацца кіраўнікамі культурна-адпачынкавых устаноў, адукацыі, спецыялістамі ў галіне рэкламы пры распрацоўцы стратэгіі рэкламнай падтрымкі мерапрыемстваў: падчас падрыхтоўкі вучэбных праграм, дапаможнікаў; у практыцы правядзення спецыяльных курсаў для студэнтаў вышэйшых навучальных устаноў і сістэмы перападрыхтоўкі спецыялістаў па праблемах рэкламы і рэкламнай дзейнасці ў культурна-адпачынкавай сферы.

Галіна выкарыстання: сацыяльная педагогіка, менеджмент і педагогіка сацыяльна-культурнай дзейнасці, рэклама.

SUMMARY

Julia V. Mickevich

Organization and Pedagogical Maintenance of Advertising Activity
of Cultural-leisure Institutions

Keywords: advertising activity of cultural-leisure institutions, a specialist in the leisure sphere, social and pedagogical directiveness, advertising influence, competent model of a specialist in advertising activity.

The purpose of the research: theoretical justification and experience control efficiency of organization-pedagogical maintenance of advertising activity of cultural-leisure institutions.

The methods of research: theoretical (analysis and synthesis of scientific literature on the problem of the research, comparison, generalization, modeling); empirical (observation, interview, expert evaluation; pedagogical experiment); methods of mathematical statistics for processing of experimental data.

The results obtained and their novelty: the social-cultural essence of advertising activity is revealed; social and pedagogical directiveness of an advertising activity of cultural-leisure institutions is grounded; the conception of social and pedagogical influence on different groups of the population is worked out; organization and pedagogical maintenance of advertising activity of cultural-leisure institutions is elaborated and the conditions increasing the subjective activity in the process of an advertising practice are determined; the competent model of a specialist of advertising activity of cultural-leisure institutions is elaborated and approved.

Recommendations for use: the materials and results of the research can be used by managers of cultural-leisure institutions, education, and specialist in the advertising sphere while elaborating strategy of advertising support measures; as well as while training programs, textbooks; and in to the practice of teaching special courses for the students of higher educational institutions and systems of re-training of specialists on the problems concerning advertising and advertising activity in the cultural-leisure sphere.

The field of application: social pedagogics, management and pedagogics of social and cultural activity, advertising.

Научное издание

Мицкевич Юлия Владимировна

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

Автореферат

диссертации на соискание учёной степени
кандидата педагогических наук

Подписано в печать 24.02.2012 г. Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага писчая № 1.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 1,52. Уч.-изд. л. 1,63. Заказ № 37. Тираж 60 экз.

Напечатано на ризографе

УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Ул. Рабкоровская. 17, 220007. г. Минск