

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/272367>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Социально-культурная деятельность (СКД)

Оглавление

Введение 3

Глава 1. Теоретические основы анимационной индустрии как технологии социально-культурной деятельности. 5

1.1 История, определение социокультурной анимации, ее функции, принципы и задачи. 5

1.2 Парк как центр социально-культурной анимации. 13

Глава 2. Практические аспекты реализации социально-культурной анимации в парке Горкинско-Ометьевский Лес г.Казань. 17

2.1 Современные проблемы применения анимационной деятельности в парковом пространстве на примере парка Горкинско-Ометьевский Лес в г.Казани.....17

2.2 Рекомендации по улучшению проведения анимационных мероприятий в парке Горкинско-Ометьевский Лес г.Казань.....24

Заключение.....28

Список используемых источников30

Введение

Актуальность темы. Анимация – сравнительно новое направление деятельности, предполагающее личное участие в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях. В современной социокультурной ситуации важное место занимают вопросы организации анимационной деятельности.

Культурно-досуговая деятельность является важнейшей составляющей и разновидностью анимации. На сегодняшний день методология анимационно-рекреативных технологий социально-культурной деятельности представляет интерес и необходимость изучения и исследования проблем. К тому же стоит отметить, что из-за ускоренного темпа жизни людей увеличивается психофизическая нагрузка. Из этого следует, что необходимость в полноценном отдыхе для каждого человека не теряет своей актуальности. Анимационная деятельность как вид рекреации послужит средством компенсации напряжения, восстановления работоспособности и условием продолжения производственного процесса.

В нашей стране анимационная деятельность получает все более массовое распространение, функционируя сразу в нескольких направлениях: в деятельности учреждений культуры и туризма, средствах массовой информации, реабилитационных центрах, учреждения дополнительного образования детей и прочее.

Посредством анимационной деятельности человек обретает широчайшие возможности духовного оздоровления, воспитания в себе таких личностных качеств, как проявить свою индивидуальность, повысить культурное образование, научиться более плодотворно взаимодействовать с обществом, что способствует образованию самоорганизующейся системы общественно-государственных отношений.

На сегодняшний день, как научное направление социально-культурная анимация изучена не полностью, система её применения, как средства саморазвития личности на самом раннем этапе формирования - детства не имела достаточной педагогической и практической разработки в современной русской науке. Недостаточная проработанность в этом направлении обусловила выбор темы данного исследования.

Цель данной работы – изучить анимационную индустрию как инновационную технологию социально-культурной деятельности, а также проанализировать организацию анимационной деятельности в парке Горкинско-Ометьевский Лес г.Казань.

Объект исследования – процесс анимационной деятельности в парке Горкинско-Ометьевский Лес г.Казань.

Предмет исследования – анимационная программа в парке Горкинско-Ометьевский Лес г.Казань.

Цель предопределила постановку следующих задач:

1. Рассмотреть анимацию как вид досуговой деятельности;
2. Рассмотреть исторические аспекты анимационной деятельности;

3. Выявить принципы анимационно-рекреативных технологий в социально-культурной деятельности;
 4. Изучить практику применения анимационных мероприятий непосредственно в парковой зоне - описать организацию и технологии анимационной деятельности в парке Горькинско-Ометьевский Лес г.Казань.
- Степень изученности проблемы:

Услуги анимации получили развитие сравнительно недавно, и это новое направление в социально-культурной деятельности, где лично задействованы зрители (отдыхающие) и группа аниматоров-организаторов.

Анимация быстро получила популярность среди отдыхающих и стала существенным источником дополнительной прибыли социально-культурных организаций, повышения рейтинга их продукта и конкурентоспособности, поэтому все современные предприятия социально-культурной индустрии заинтересованы в привлечении профессиональных аниматоров, способных качественно организовать данный вид услуг и тем самым привлечь новых клиентов.

Анимационные мероприятия являются хотя и достаточно сложными и требующими соблюдения правил безопасности при их проведении, но пользуются высоким спросом у отдыхающих для проведения занимательного и комфортного отдыха.

Методы исследования. При написании данной работы применялись такие методы исследования, как опытно-статистические, анализ литературных источников, методы сравнения и группировки данных. Структура работы включает введение, основную часть, состоящую из двух глав, заключения и списка источников.

Глава 1. Теоретические основы анимационной индустрии как технологии социально-культурной деятельности

1.1 История, определение социокультурной анимации, ее функции, принципы и задачи

Зарождение социокультурной анимации, как самостоятельного явления в науке, произошло чуть более века назад во Франции в 1901 году, со вступлением в силу закона о создании различных неполитических ассоциаций в виду увеличения объема свободного времени у населения за счет сокращения рабочего времени [4].

Постепенно начали развиваться любительские объединения, направленные на досуговое времяпрепровождение граждан. Новое научное осмысление и педагогическое моделирование, с целенаправленным процессом формирования личности произошло в 1970 году. Общественные объединения стали учитывать интересы каждой конкретной личности в отдельности, давать возможность человеку реализовать себя в личностно - значимой деятельности.

Основоположителем социокультурной анимации считается Жан Фридман, выступивший с идеей формирования гармоничного единства ребенка и той среды, в которой он развивается [7]. Опираясь на эту идею правительство Франции создало программу, главной идеей которой было становление страны, как воспитательной нации. Развернулись масштабные социологические исследования касающиеся изучения способов проведения вне учебного времени детьми, и подростками, влияния содержания этого времени на общий социальный фон и социум в целом.

Первоочередной задачей стало формирование обще социальных, педагогических аппаратов способных оживить окружающую среду ребёнка, духовно обогатить его социальное бытие. Главным орудием положительного влияния на развитие и становление юного индивида, как личности стала анимация включающая в себя социокультурную деятельность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акимова Г.Е. Лучшие игры для детей дошкольного возраста. Санкт-Петербург: Нева, 2019. - 230 с.
2. Алиев С.А. Основы маркетинга: Учебник. – Москва: Экзамен, 2017. – 243 с.
3. Барышников Н.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве. – Москва: Финансы и статистика, 2018. – 375 с.
4. Балашова Е.А. Анимационный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. - Москва: Вершина, 2019. - 375 с.
5. Виноградова М. В., Панина, З. И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: Учебное пособие. – Москва: Приор, 2020. - 348 с.
6. Гостиничный и туристский бизнес. Под ред. проф. Чудновского А.Д./ - Москва: ЭКМОС, 2018. – 290 с.
7. Гуляев В.Г. «Организация туристской деятельности». - Москва: Кнорус, 2018. – 237 с.
8. Ефремов М. В. Основы технологии анимационного бизнеса: Учебное пособие. Москва: Ось – 89, 2019. – 314

с.

9. Красиков А.Н. Маркетинг. Парки страны. Москва: Приор, 2018. - 387 с.
10. Лескин Д.Л. Маркетинг социально-культурной деятельности: теория и практика максимизации продаж. - Москва: Инфра-М, 2019. - 390 с.
11. Носырева З.А. Управление персоналом на предприятиях туристского бизнеса. - Санкт-Петербург: Питер, 2015. - 310 с.
12. Организация и управление социально-культурной деятельностью: Учебник / Под ред. А. Л. Лесника, А. В. Чернышева. - Москва: БЕК, 2018. Т. 2. - 485 с.
13. Скобцев С.Д. Маркетинг и продажа в туристском бизнесе: Учебно-практическое пособие. - Москва: Юристъ. 2019. - 224 с.
14. Филимонов Г.Е., Шмелева Н.Я. Экономика и организация социально-культурной деятельности. - Москва: Финансы и статистика, 2017. - 233 с.
15. Хлебоборов С.П. Руководство персоналом как разновидность власти. - Москва: Академия, 2019. - 340 с.
16. Чукавин В.Р. Социально-культурная деятельность: теория и практика. Учебник. - Москва: Академия, 2019. -368 с.
17. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: Учебное пособие. - Москва: Кнорус, 2019. - 324 с.
18. Шимова Ю.Б. Туристский бизнес. Москва: БЕК, 2020. - 215 с.
19. Цыплаков Э.А. Основы маркетинга: Учебное пособие для вузов. -Москва: Норма, 2018. - 446 с.
20. Юрков В.Н. Менеджмент в туризме. - Москва: Финансы и статистика, 2019. - 396 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/272367>