

7. Ларионова, Н.Л. Основы цветоводства открытого грунта; методические рекомендации по дисциплинам «проектирование», «ландшафтный дизайн»/ Ларионова Нина Львовна// Сборник учебно-методических материалов для студентов-дизайнеров направления подготовки 54.03.01 – дизайн/ под ред. Е.Л. Суздальцева. – Москва, 2016. – М.: «Перо», 2016. - с.135-167
8. Ларионова Н.Л., Львова Н.С. Значение теоретической составляющей обучения при освоении программы «прикладной бакалавриат». В сборнике: Дизайн-образование - XXI век. Материалы Международной научно-практической конференции. 2019. С. 83-90.
9. Ларионова Н.Л., Суздальцев Е.Л Аналитический аспект проектирования территории малого сада. В сборнике: Сборник научно-методических статей факультета ИЗО и НР МГОУ. № 4. Москва, 2019. С. 81-87.
10. Луговой цветник в стиле натургарден [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.shikremont.ru/articles/blago/blago_1449.html. – Дата доступа: 09.09.2022.
11. Лучинский, Л.Т. Устройство декоративных садов на открытом воздухе / Л.Т. Лучинский. - М.: Фитон+, 2009. - 215 с.
12. Принципы сада Naturgarden – гармоничный сад круглый год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://imhodom.ru/forums/topic/principy-sada-naturgarden-garmonichnyj-sad-kruglyj-god/>. – Дата доступа: 09.09.2022
13. Страшнова, О. Дизайн и благоустройство садового участка / О. Страшнова. - М.: Газетный мир «Слог», 2013. - 880 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ВЫСТАВОК

С.В. Медвецкий (Витебск), В.Ю. Кузнецова (Новополоцк)

Экономическая система в современном мире включает в себя 2 сектора: коммерческий (частный) и некоммерческий (общественный). Основным направлением некоммерческого сектора является реализация социальных, культурных, научно-исследовательских и благотворительных целей, привлекая для этого различные формы социальной и государственной поддержки.

Основной задачей некоммерческой сферы является не получение прибыли, а сохранение культурно-исторического наследия, реализации творческого потенциала, развития культурной жизни. Отличительной чертой данного сектора является возможность получения дохода из сторонних источников.

В сфере культуры можно выделить следующие виды некоммерческих организаций:

– Статичная. Это искусство, газетные издания, искусство, литература, выставки.

– Динамичная. Звуковая, зрительная и компьютерные формы [2].

Одним из самых распространенных способов взаимодействия человека и искусства являются выставки, т.к. их функции, социокультурная и коммуникационная, приобретают все большую значимость: этот вид взаимодействия максимально закрывает потребность людей увидеть, узнать, понять. Поэтому традиционная форма участников выставочного процесса будет актуальна многие годы, так как она помогает завязывать новые и поддерживать уже существующие контакты.

В соответствии с Парижской конвенцией 1928 г. о международных выставках (сегодня это всемирные выставки ЭКСПО) введено понятие международной официальной или официально признанной выставки как мероприятия, "главная цель которого состоит в выявлении успехов, достигнутых различными странами в одной отрасли или нескольких отраслях производства, и во время которого, по существу, не делается никакого различия между покупателями или посетителями" [3, с. 55].

Главной целью организаторов некоммерческих выставок является популяризация культуры. Однако, для посетителя положительные впечатления не всегда зависят только от предметов искусства. Критериями так же являются удобное местоположение выставочного зала, инфраструктура, художественное оформление, правильное решение света, пояснительный текст, наличие каталогов или указателей, альбомов и т.п. Организаторы продумывают до мелочей идею, образ выставки, делают акцент на сильных сторонах экспозиций. Чтобы привлечь внимание публики, необходимо рассчитывать в большей степени на эмоциональность восприятия.

Организатор, как ответственный за качество проведения мероприятия должен контролировать все вопросы экспонирования, к которым относятся:

1. *Техническое оснащение площадки.* Это зависит от того, что нужно экспонировать и как экспонаты можно разместить в пространстве. При этом необходимо учесть стоимость площади и аренды выставочного оборудования.

2. *Бюджет.* Сюда входят: затраты на аренду, реклама, расчет времени персонала на подготовку к выставке, расходы на обеспечение функционирования выставки.

В целом бюджет проекта должен включать 10%-й резерв на непредвиденные расходы.

В случае некоммерческой выставки все затраты регулируются фандрейзингом (привлечения сторонних ресурсов).

3. *Дизайн стенда.*

4. *Подготовка персонала.*
5. *Подготовка материалов для каталога выставки.*
6. *Логистика.*
7. *Работа со СМИ и медиа-планирование.*
8. *Подготовка приглашений.*

Экспоненту, проводя подготовку к выставке, необходимо составить развернутый маркетинговый план, проработанный досконально и с максимально высокой степенью точности. Такой план включает в себя по меньшей мере три раздела (периода).

- *Предвыставочный (подготовительный период)*
 - Определение целей и задач выставки;
 - Сегментация рынка и определение целевой аудитории;
 - Интерактивный мониторинг целевой аудитории;
 - Приглашение представителей СМИ.
- *Выставочный период (проведение выставки):*
 - Регистрация посетителей стенда;
 - PR-акции, работа со СМИ;
 - Работа стендистов с посетителями;
 - Выдача посетителям специальных раздаточных материалов.
- *Поствыставочный период (после окончания):*
 - Анализ результатов;
 - Формирование актуальных баз данных;
 - Организация PR-кампаний в СМИ и Интернете, освещавших выставку;
 - Осуществление поствыставочной многоразовой и многоуровневой рассылки необходимых требуемых материалов и т.д.;
 - Дальнейшее ведение новых клиентов, их мониторинг, текущее оперативное категорирование [4, с. 111].

Некоммерческие организации выполняют функцию посредников и реализаторов социальных идей и программ. И, даже если выставки не ставят в приоритет извлечение прибыли, их невозможно организовать без вложений. Однако, есть способы сократить расходы:

- использовать собственные помещения;
- обратиться за организационной поддержкой в государственные учреждения культуры;
- работать с арт-пространствами на условиях «бартера».

Выставочный процесс подвержен действию всевозможных рисков. На всех этапах жизненного цикла проекта от создания концепции до завершения существует вероятность нарушения разработанных планов. Для того, чтобы быть уверенным в положительном исходе мероприятия, нужно знать, как представить выставку с выгодной стороны. Поэтому, эффектив-

ной реализации проекта, процесс его проведения должен быть развернут во времени и включать все основные этапы [1, с. 271].

Источники и литература:

1. Макаров И.Д., Выставочная деятельность: практика на грани искусства / Под ред. И.Д. Макарова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 271 с.
2. НКО в сфере культуры [Электронный ресурс]//Жажда. Бизнес журнал. – Режим доступа:<https://zhazhda.biz/base/nko-v-sfere-kultury>. – Дата доступа: 13.10.2022.
3. Прохоренко В. Выставка – это уникальный маркетинговый механизм // Маркетинг в России, № 9, 2001. 55 с.
4. Филоненко И.Д., Краткий курс выставочного менеджмента для начинающих / Под ред. И.Д. Филоненко. - М.: ЮНИТИ, 2007. –111 с.

ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ РИСУНКА ПРИ ПОДГОТОВКЕ ДИЗАЙНЕРОВ В РОССИИ

А.М. Савинов (Москва)

Рисунок является основой художественной подготовки дизайнера. От того как подготовлен обучающийся дизайну по рисунку будет зависеть его творческая самореализация. Но при подготовке дизайнера по рисунку имеются свои особенности, сложившиеся на протяжении многих десятилетий развития дизайн-образования. Представляется важным знать, как зарождалось это отличие, чем было обусловлено и какие результаты мы имеем на сегодняшний день. Для этого рассмотрим в кратком виде историю системы преподавания академического рисунка в дизайн-образовании на примере первого учебного заведения, где стали готовить художников с прикладной направленностью.

В первую очередь следует отметить, что в России в начале XIX века стала нарастать конкуренция русских промышленников с иностранными производителями, в обществе повысился спрос на продукцию художественной промышленности, стали предъявляться более высокие эстетические требования к художественным изделиям, но в стране не хватало своих специалистов по данному направлению [4]. Это осознавал выдающийся русский государственный деятель, историк искусства, археолог, коллекционер и меценат граф Сергей Григорьевич Строганов. У него сложилось убеждение, что успехи зарубежной художественной промышленности объясняются прежде всего большим количеством в стране общедоступных рисовальных школ. У него возникла идея создать такую школу в Москве. И в 1825 году граф Строганов учредил на свои средства Школу рисования в отношении к искусствам и механике для обучения ремесленников и детей