

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 20.08.2017 09:28:53
Уникальный программный ключ:
1366bab9c8f00d7377af5dcae990acbec87d71fc

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

Протокол №1 от «28» августа 2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1 В. ОД. 8 ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Реклама и визуальные коммуникации

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар
2017

Рабочая программа предназначена для преподавания обязательной дисциплины вариативной части «Визуальные коммуникации в городской среде» обучающимся по очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль – Реклама и визуальные коммуникации во 2-3 семестрах.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2016 г. № 466, зарегистрированным Министерством юстиции РФ 18 мая 2016 г. № 32142 и основной образовательной программой.

Рецензенты:

Зав. кафедрой дизайна,
доцент кафедры дизайна
факультета маркетинга и туризма
академии маркетинга и
социально-информационных технологий,
член творческого союза художников России

Мирошникова В.М.

Доктор культурологии,
профессор, заведующий кафедрой
операторского мастерства КГИК,
заслуженный работник культуры Кубани

Архангельский Ю.Е.

Составитель:

доктор философских наук, профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК С.А. Морозов

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы «28» августа 2017 г., протокол № 1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Визуальные коммуникации в городской среде» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «30» августа 2017 г., протокол № 1.

© Морозов С.А. 2017
© ФГБОУ ВО «КГИК», 2017

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С.4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	С. 4 - 6
4. Структура и содержание дисциплины	С.6-23
4.1. Структура дисциплины:	С.6- 7
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С.7-18
5. Образовательные технологии	С. 18-19
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.19-22
6.1. Контроль освоения дисциплины	С.19
6.2. Оценочные средства	С. 19 -22
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С. 22-36
7.1. Основная литература	С. 22
7.2. Дополнительная литература	С. 23
7.3. Периодические издания	С. 23
7.4. Интернет-ресурсы	С. 23-24
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С. 24-30
7.6. Программное обеспечение	С. 30
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	С. 31
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 32

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: освоения дисциплины: развитие творческого мышления и приобретения навыков владения различными графическими выразительными средствами, развитие образно-логического и креативного мышления, освоение навыков точной, убедительной передачи своих идей в различных типах художественной продукции, раскрыть перед студентами возможность рассматривать современную городскую среду в качестве пространства для воплощения творческих визуальных проектов

Задачи:

1. ознакомить обучающихся с городским пространством как социально-культурным явлением и принципами его зонирования;
2. ознакомить обучающихся с современными городскими визуальными практиками;
2. раскрыть специфические формообразующие, информационные и художественные возможности визуальных коммуникационных систем.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Визуальные коммуникации в городской среде» относится к обязательным дисциплинам вариативной части ОПОП. Данная дисциплина опирается на знания, умения и навыки приобретенные обучающимися в ходе изучения таких дисциплин, как: «Основы теории коммуникации», «Технологии визуальных коммуникаций», «Основы рекламного маркетинга», «Имиджелогия», «Фотография» и является основанием для изучения таких дисциплин как «История искусств», «Интегрированные коммуникации», «Инфографика», «Публичное экспонирование визуальных объектов» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общепрофессиональных компетенций:

- способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1);

- способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

- способность к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и пониманию различий между ними, обусловленных этой природой (ОПК-3);

б) профессиональных (ПК):

- способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7);

- способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- возможности использования городской среды;
- содержание процессов коммуникативной деятельности в области визуальных пространств городского пространства;
- средства и приемы использования возможностей визуально-графического формирования городской коммуникативной среды;

Уметь:

- планировать и применять визуальные средства коммуникаций в городской среде;
- пользоваться различными творческими методиками в области проектирования городской коммуникативной среды;
- использовать средства и приемы систем визуальных коммуникаций во взаимодействии с другими средствами проектирования городской коммуникативной среды;
- формировать образ городского коммуникативного пространства с использованием композиционных приемов и средств визуальных коммуникаций.

Владеть:

- разновидностями систем визуальных коммуникаций в городской среде;
- закономерностями взаимодействия систем визуальных коммуникаций на пространственное ориентирование человека в городской среде;
- принципами и приемами решения специфических задач в организации городской коммуникативной среды;
- методами исследования; начальными навыками экспертной, консалтинговой, инновационной деятельности.

Приобрести опыт деятельности: организации городского визуального пространства для проведения уличных мероприятий; использования технологий и ресурсов рекламы в визуальных практиках в городском пространстве; использования современных визуальных коммуникационных технологий для

продвижения разновидностей художественных практик медиа-артв городском пространстве; управления арт-проектами в сфере визуальных коммуникаций.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1. Визуальные практики современного города								
1	Городская среда	2	1-8	8	18		18	1-2 неделя – опрос 3-9 недели -- опрос
2	Реклама и визуальные практики	2	9-18	10	18		18	9-17 опрос
Итого		6		18	36	18	36	108/3
Форма промежуточной аттестации								Экзамен
2. Проектирование и менеджмент визуальных медиа-арт в городской среде								
3	Проектирование и управление визуальными коммуникациями в городской среде	3	1-18	36	36		27	1-18 – недели – опрос, анализ студенческих проектов
Итого				36	36	9	27	108/3
Всего				54	72	27	63	216/6
Вид итогового контроля								Экзамен

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	Конт	СР	

1. Визуальные практики современного города								
1	Городская среда	2		2	2	9	44	Опрос
2	Реклама и визуальные практики	2		2	4		45	опрос
Итого				4	6		89	108/3
Форма промежуточной аттестации								Зачет
2. Проектирование и менеджмент медиа-арт в городской среде								
3	Проектирование и управление коммуникациями в городской среде	3		6	8		85	опрос, анализ студенческих проектов
Итого				6	8	9	85	108/3
Всего				10	14	18	174	216/6
Вид итогового контроля								Экзамен

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

Поочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
1. Визуальные практики современного города (2 семестр)			
Раздел 1. <u>Городская среда</u>			
Тема 1.1. Общественное городское пространство	Лекция: Подвижность городской среды. Поликультурность современной городской среды. Городская среда как визуальное пространство.	2	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-7; ПК-9
	Практическое занятие (семинар): Тема №1.1: <u>Городская среда как общественное визуализированное пространство</u> Вопросы: 1. Городская среда как визуализированное социальное пространство 2. Достоинства и недостатки городской среды с	6	

	точки зрения подготовки и реализации визуальных практик;		
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и анализ городской среды для проведения визуальных практик.	6	
Тема 1.2. Уличные визуальные объекты	<u>Лекция:</u> «Уличная мебель». Скульптуры, инсталляции, арт- объекты. Дизайнерские постеры.	4	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Типология городских арт-проектов; 2. Средовое арт-проектирование; 3. Проведение мероприятий (тематические выставки, конференции, флешмобы)	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме «Проведение мероприятий (тематические выставки, конференции, флешмобы)»	6	
Раздел 2. <u>Реклама и визуальные практики</u>			
Тема 2.1. Наружная реклама- неотъемлемая часть городской среды	<u>Лекция:</u> Наружная реклама- неотъемлемая часть городской среды	2	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. взаимодействие наружной рекламы с городской средой. 2. противоречия наружной рекламы 3. эстетические функции наружной рекламы в городском пространстве; 4. функциональность наружной рекламы.	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре по теме «Каналы политической коммуникации» и «Наружная реклама- неотъемлемая часть городской среды»	6	
Тема 2.2. Коммодификация культурной среды города	<u>Лекция:</u> Примирение культуры и рынка – проблемы коммодификации современной массовой культуры	4	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <i>Тема 2.2. Поиск компромиссных решений размещения рекламы.</i> <u>Вопросы:</u> 1. локализация наружной городской рекламы. 2. взаимодействие наружной с городской средой. 3. борьба за эффективность наружной городской рекламы.	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме «Примирение культуры и рынка»	6	
Тема <u>2.3.</u> Моделирование	<u>Лекция:</u> Маркетинговые стратегии и рекламные кампании в визуальных практиках.	2	<i>ОПК-1; ОПК-2;</i>

целевого политического поведения средствами политической рекламы	<u>Практическое занятие (семинар):Тема№ 2.3. Формирование и поддержка целевого политического поведения</u> <u>Вопросы:</u> 1) сегментирование и агрегирование целевых аудиторий в политической рекламе; 2) управление целевым поведением; 3) эффекты увеличения нематериальных форм индивидуальных и коллективных капиталов; 4) особенности политического конструирования и его эффекты в информационном обществе	6	ОПК- 3; ПК-7; ПК-9
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в PowerPoint по темам «Социальное политическое конструирование в политической рекламе» и «Политическая реклама в социальных сетях Интернет»	6	
<u>Тема 2.4.</u> Шоу и театрализованные представления	<u>Лекция:</u> Шоу и театрализованные представления как форма городской коммуникации: классификация, организация, цели и задачи, визуальное оформление	4	ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9
	<u>Практическое занятие (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Выбор места и время проведения мероприятий; 2. Подготовка мероприятия 3. Актуальность проведения. 4. Формы коммуникации с местным сообществом.	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к обсуждению вопросов по теме	6	
	Итого	108/3	
	Форма промежуточной аттестации	Экзамен	
3 семестр			
Раздел 3.Проектирование и менеджмент медиа-арт в городской среде			
<u>Тема 3.1.</u> Медиа-арт: понятие, формы, перспективы развития	<u>Лекции:</u> Современные коммуникационные технологии как основа нового искусства. Социально-психологические аспекты развития медиа-арта. Динамика развития отечественной и зарубежной художественной практики.	4	ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9
	<u>Практические занятия:</u> Анализ выставочных площадок и арт-пространств. Изучение опыта организации арт-мероприятий и медиа-проектов, подготовка презентаций.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к практическому занятию.	3	
<u>Тема 3.2.</u>	<u>Лекции:</u> Классификация видов медиа-арт. Критерии	4	ОПК-1;

Типология жанров и форм медиаискусства	классификации: 1. Тип используемых технологий. 2. Форма представления произведения. Виды медиа-арта: видео-арт, телекоммуникационный-арт, искусство видеоинсталляций, netart (сетевое искусство), softwareart (программное обеспечение как искусство), ди-джеинг, ви-джеинг, интерактивное электронное искусство и т.д. Типология художников в медиа-арте: технические художники, художники ученые и художники-активисты.		<i>ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Составление портфолио медиа-арт-коммуникаций.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Сбор информации для портфолио.	3	
<u>Тема 3.3.</u> Художественные практики в медиа-арте	<u>Лекции:</u> Выразительные средства медиа-арта: экспериментальное пространство, симуляция (моделирование), база данных, перформативность, интерфейс, интерактивность, синестезия и пр. Смысловая, повествовательная, коммуникативная и развлекательная составляющие мультимедийных произведений/продуктов «новых медиа» определяются не аудиовизуальными образами как таковыми, а действиями пользователей, управляющих мультимедийной информацией при помощи соответствующих интерактивных интерфейсов (навигация, трансформация, оперирование и пр.)	4	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка концепции и создание групповой работы в стиле медиа-арт.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Поиск материала, его подбор и подготовка для групповой работы на практическом занятии.	3	
<u>Тема 3.4.</u> Формы продвижения медиа-арта	<u>Лекции:</u> Новые способы коммуникации между художником и публикой – виртуальные технологии. Пути продвижения художника, его работ в сети Интернет. Критика в Интернет-ресурсах СМИ, возможность точного таргетинга и статистики, виртуальные галереи и т.д.	4	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка фирменного стиля как одного из главных рекламных и маркетинговых инструментов любого центра современного искусства или веб-сайта. Необходимо проанализировать особенности каждого элемента фирменного стиля, к которым относятся:	4	

	логотип, торговая марка, текстовый знак, фирменные цвета (цветовая палитра), фирменный шрифт, визитная карточка, фирменный бланк, конверт..		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа над разработкой фирменного стиля веб-сайта.	3	
<u>Тема 3.5.</u> Виды и функции арт-менеджмента.	<u>Лекции:</u> Виды арт менеджмента: музыкальный, театральный, хореографический, концертно-фестивальный, гастрольный, цирковой, менеджмент кино и телевидения и др. Функции АМ: целеполагание, прогнозирование, планирование, принятие решения, организация, реализация, координация, регулирование, мотивация, стимулирование, контроль.	4	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Организационная структура отечественной арт-индустрии. 2. Современные методы управления и их особенности для арт-индустрии.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение источников, сбор информации для практических занятий.	3	
<u>Тема 3.6.</u> Арт-маркетинг как составляющая арт-менеджмента визуальных искусств	<u>Лекции:</u> Арт-маркетинг как специфическая функция арт-менеджмента, совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей потребителей посредством продукта (товара или услуги) и целого ряда факторов, связанных с созданием, поставкой и потреблением социокультурного продукта.	4	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия (семинары)</u> <u>Вопросы</u> 1. Анализ культурных потребностей региона по материалам социологических опросов. 2. Изучение системы формирования спроса на продукты и услуги сферы визуальных искусств. 3. Коммерческая сфера визуальных искусств и маркетинг. 4. Социальный маркетинг. 5. Маркетинг некоммерческих организаций сферы искусства. 6. Маркетинг социальных институтов.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям, изучение источников, сбор информации.	3	
<u>Тема 3.7.</u>	<u>Лекции:</u> Цели арт-менеджмента. Профессиональный	4	<i>ОПК-1;</i>

Цели и инструменты арт-менеджмента	инструментарий арт-менеджера. Специализации арт-менеджера. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии. Художественный аспект деятельности арт-менеджера. Организационный аспект. Маркетинговый аспект. Финансовый аспект. Нормативно-правовой аспект.		<i>ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия (семинары) Тема 3.7.1.</u> 1. Понятие продюсирования. 2. Экономические и социальные условия продюсерской деятельности. 3. Цели, задачи и функции продюсерской деятельности. 4. Компоненты продюсерской деятельности.	6/0,18	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям, изучение источников.	2,45/0,07	
	<u>Практическое занятие (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Критерии отбора исполнителей, типы артистов, выразительных средств. 2. Значение психологических особенностей личности артиста-исполнителя. 3. Закономерности развития современного эстрадного искусства как условие выхода на рынок культурных услуг и высокого художественного уровня продукции. 4. Система элементов разработки творческого коммерческого проекта.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям, изучение источников.	3	
<u>Тема 3.8.</u> Основы менеджмента кино и телевидения, изобразительного и декоративно-прикладного искусства	<u>Лекции:</u> Возрождение бизнеса в сфере изобразительного искусства. Современный арт рынок. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера. Исследование мирового художественного рынка. Арт галереи. Аукционы. Выставки. Ярмарки, арт-сообщества. Художественные учебные заведения. Коллекционеры. Взаимоотношения профессиональных участников арт-рынка. Перспективы развития арт бизнеса в России.	4	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Рынок киноиндустрии, его особенности.	4	

	2.Этапы развития российской киноиндустрии. 3.Менеджмент кинобизнеса. Кинопродюсер. 4.Риск-менеджер проекта. 5.Глобальные информационные технологии в кинобизнесе. 6. Менеджмент кинопроекта.		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Вопросы для изучения: 1. Менеджмент в области выступления отдельных творческих коллективов и исполнителей. 2. Менеджмент фестивалей.	3	
<u>Тема 3.9.</u> Музейный и галерейно-выставочный менеджмент как разновидности арт-менеджмента	<u>Лекции:</u> Особенности развития музейного дела в условиях рыночной экономики. Эволюция теории музейного дела. История развития музейного менеджмента. Организация деятельности современного музея. Направления развития музейного менеджмента. Музейная корпорация. Классификация выставок. Экспомаркетинг. Экспонент и его участие в выставке. Этапы подготовки к выставке. Выставочная и поствыставочная деятельность экспонента. Посетитель на выставке. Материально-техническое обеспечение выставки. Финансирование выставки.	4	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия:</u> Подготовка и организация выставки работ студентов на актуальную тему.	4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к организации выставки работ студентов, изучение специальной литературы, внеаудиторная подготовка.	3	
	Итого	108/3	
	Вид итогового контроля	Экзамен	
	Всего	216/6	

Поэтапной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
-----------------------------	--	--------------------	-----------------------------------

1	2	3	4
1. Визуальные практики современного города (2 семестр)			
Раздел 1. <u>Городская среда</u>			
<u>Тема 1.1.</u> Общественное городское пространство	<u>Лекция:</u> Подвижность городской среды. Поликультурность современной городской среды. Городская среда как визуальное пространство.	2	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3;</i>
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов; и анализ городской среды для проведения визуальных практик.	15	<i>ПК-7; ПК-9</i>
<u>Тема 1.2.</u> Уличные объекты	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> Типология городских арт-проектов; Средовое арт-проектирование; Проведение мероприятий (тематические выставки, конференции, флешмобы)	2	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов;подготовка к обсуждению вопросов по теме: Проведение мероприятий (тематические выставки, конференции, флешмобы)	15	
Раздел 2. <u>Реклама и визуальные практики</u>			
<u>Тема 2.1.</u> Наружная реклама-неотъемлемая часть городской среды	<u>Лекция:</u> Наружная реклама - неотъемлемая часть городской среды	2	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3;</i>
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов;	15	<i>ПК-7; ПК-9</i>
<u>Тема 2.2.</u> Коммодификация культурной среды города	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-источниками по вопросам коммодификации культурной среды города	15	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
<u>Тема 2.3.</u> Моделирование целевого политического поведения средствами политической рекламы	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов;	15	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
<u>Тема 2.4.</u>	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <i>Тема</i>	2	<i>ОПК-1;</i>

Шоу и театрализованные представления	<u>3.1.Проведение театральных мероприятий в городе</u> <u>Вопросы:</u> 1) выбор места и время проведения мероприятий; 2) подготовка мероприятия 3) актуальность проведения.		ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов; подготовка к обсуждению вопросов по теме подготовка и проведение массового мероприятия	14	
	Итого	108/3	
	Форма промежуточной аттестации	экзамен	
3 семестр			
Раздел 3.Проектирование и менеджмент медиа-арт в городской среде			
<u>Тема 3.1.</u> Медиа-арт: понятие, формы, перспективы развития	<u>Лекции:</u> Современные коммуникационные технологии как основа нового искусства. Социально-психологические аспекты развития медиа-арта. Динамика развития отечественной и зарубежной художественной практики.	1	ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение литературы и Интернет-ресурсов	9	
<u>Тема 3.2.</u> Типология жанров и форм медиаискусства	<u>Лекции:</u> Классификация видов медиа-арт. Критерии классификации: 1. Тип используемых технологий. 2. Форма представления произведения. Виды медиа-арта: видео-арт, телекоммуникейшн-арт, искусство видеоинсталляций, netart (сетевое искусство), softwareart (программное обеспечение как искусство),ди-джеинг, ви-джеинг, интерактивное электронное искусство и т.д. Типология художников в медиа-арте: технические художники, художники ученые и художники-активисты.	1	ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Составление портфолио медиа-арта.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов; сбор информации для портфолио.	9	
<u>Тема 3.3.</u> Художественные практики в медиа- арте	<u>Лекции:</u> Выразительные средства медиа-арта: экспериментальное пространство, симуляция (моделирование), база данных, перформативность, интерфейс, интерактивность, синестезия и пр. Смысловая, повествовательная, коммуникативная и развлекательная составляющие мультимедийных произведений/продуктов «новых медиа»	1	ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9

	определяются не аудиовизуальными образами как таковыми, а действиями пользователей, управляющих мультимедийной информацией при помощи соответствующих интерактивных интерфейсов (навигация, трансформация, оперирование и пр.)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Поиск материала, его подбор и подготовка для групповой работы на практическом занятии.	9	
<u>Тема 3.4.</u> Формы продвижения медиа-арта	<u>Лекции:</u> Новые способы коммуникации между художником и публикой – виртуальные технологии. Пути продвижения художника, его работ в сети Интернет. Критика в Интернет-ресурсах СМИ, возможность точного таргетинга и статистики, виртуальные галереи и т.д.	1	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов; работа над разработкой фирменного стиля веб-сайта.	9	
<u>Тема 3.5.</u> Виды и функции арт-менеджмента.	<u>Лекции:</u> Виды арт менеджмента: музыкальный, театральный, хореографический, концертно-фестивальный, гастрольный, цирковой, менеджмент кино и телевидения и др. Функции АМ: целеполагание, прогнозирование, планирование, принятие решения, организация, реализация, координация, регулирование, мотивация, стимулирование, контроль.	1	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Организационная структура отечественной арт-индустрии. 2. Современные методы управления и их особенности для арт-индустрии.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов; изучение источников, сбор информации для практических занятий.	9	
<u>Тема 3.6.</u> Арт-маркетинг как составляющая арт-менеджмента визуальных искусств	<u>Лекции:</u> Арт-маркетинг как специфическая функция арт-менеджмента, совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей потребителей посредством продукта (товара или услуги) и целого ряда факторов, связанных с созданием, поставкой и потреблением социокультурного продукта.	1	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>

	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов	10	
<u>Тема 3.7.</u> Цели и инструменты арт-менеджмента	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Понятие продюсирования. 2. Экономические и социальные условия продюсерской деятельности. 3. Цели, задачи и функции продюсерской деятельности. 4. Компоненты продюсерской деятельности.	2	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение литературы и Интернет-ресурсов изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов; подготовка к семинарским занятиям, изучение источников.	10	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
<u>Тема 3.8.</u> Основы менеджмента кино и телевидения, изобразительного и декоративно-прикладного искусства	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов; <u>Вопросы для изучения:</u> 1. Менеджмент в области выступления отдельных творческих коллективов и исполнителей. 2. Менеджмент фестивалей.	10	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
<u>Тема 3.9.</u> Музейный и галерейно-выставочный менеджмент как разновидности арт-менеджмента	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Особенности развития музейного дела в условиях рыночной экономики. 2. Эволюция теории музейного дела. 3. История развития музейного менеджмента. 4. Организация деятельности современного музея. 5. Направления развития музейного менеджмента. 6. Музейная корпорация. 7. Классификация выставок. 8. Экспомаркетинг. Экспонент и его участие в выставке. Этапы подготовки к выставке. Выставочная и поствыставочная деятельность экспонента. 9. Посетитель на выставке. 10. Материально-техническое обеспечение выставки. 11. Финансирование выставки.	2/0,06	<i>ОПК-1; ОПК-2; ОПК- 3; ПК-7; ПК-9</i>
	<u>Самостоятельная работа:</u> изучение учебной и специальной литературы и Интернет-ресурсов; подготовка к организации выставки работ	10	

	студентов, изучение специальной литературы, внеаудиторная подготовка.		
	Итого	108/3	
	Вид итогового контроля	Экзамен	
	Всего	216/6	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе преподавания дисциплины применяются как традиционные (лекции, тематические семинары, практические занятия, коллоквиумы, подготовка эссе и рефератов), так и активные и интерактивные формы проведения занятий (проблемные и интерактивные лекции, лекция–визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-анализ ситуаций, лекция–экспертный диалог, лекция с запланированными ошибками, проблемные семинары, «круглые столы», анализ проблемных ситуаций, деловые и ролевые игры, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий на очной форме, проводимых в интерактивных формах, составляет 22 % аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для очного отделения составляют 45 % аудиторных занятий, что соответствует требованиям проекта ФГОС ВО.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос,
- аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих

оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы,
- оценка самостоятельно выполненных проектов по разработке визуальных рекламных продуктов

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта и экзамена

6.2 Оценочные средства

6.2.1. Примеры тестовых заданий

Тестовые задания не предусмотрены

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Виды систем визуальных коммуникаций.
2. Роль визуальных коммуникаций в системе современного города.
3. Образный характер средств визуальной коммуникации.
4. Дизайн городской среды, архитектура, дизайн интерьера, реклама - превращение коммуникаций из вспомогательного компонента среды в основное средство ее декоративного и смыслового совершенствования.
5. Физиология зрения и визуальная среда.
6. Восприятие и информационное взаимодействие.
7. Зрительные искажения.
8. Формирование архитектурных прототипов как способ опознания среды.
9. Восприятие собственных решений и стороннее восприятие: закономерности видения нового и привычного.
10. Значение цвета, законы цветового кодирования.

6.2.3. Тематика рефератов, эссе, презентаций

Данный вид работы не предусмотрен

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине – зачет не предусмотрен

6.2.5 Вопросы к экзамену по дисциплине

7 семестр

1. Искусство в современной визуальной культуре: проблема самоопределения
2. Городское пространство: воспитание общественного вкуса
3. Социальная значимость визуальных практик (здоровый образ жизни, забота о людях и животных, уважение человеческого достоинства)
4. Рекламные кампании в визуальных практиках
5. Городская реклама- плюсы и минусы
6. Художественные проекты в общественных местах
7. Проведение мероприятий (тематические выставки, конференции, флешмобы)
8. Этнические и национальные праздники
9. Навигация (ориентация в пространстве) в городе, торговом центре или метро.
10. Негативные результаты стихийного освоения публичных пространств

11. Граффити: искусство или проблема города
12. Визуальные практики ночного города
13. Подвижность городской среды
14. Мультикультуризм в городской среде
15. "Уличная мебель" Скульптуры, инсталляции, арт-объекты Дизайнерские постеры
16. Наружная реклама- неотъемлемая часть городской среды
17. Маркетинговые стратегии и рекламные кампании в визуальных практиках
18. Шоу и театрализованные представления

3 семестр

1. Современные коммуникационные технологии как основа нового искусства.
2. Социально-психологические аспекты развития медиа-арта.
3. Динамика развития отечественной и зарубежной художественной практики.
4. Анализ выставочных площадок и арт-пространств.
5. Методы изучения опыта организации арт-мероприятий и медиа-проектов
6. Классификация видов медиа-арт.
7. Виды медиа-арта по типу используемых технологий.
8. Виды медиа-арта по форме представления произведения.
9. Характеристика особенностей видео-арта
10. Телекоммуникацион-арт и способы его создания
11. Основы разработки искусства видеоинсталляций
12. Netart (сетевое искусство)
13. Softwareart (программное обеспечение как искусство)
14. Ди-джеинг, ви-джеинг, интерактивное электронное искусство как художественные практики.
15. Типология художников в медиа-арте: технические художники, художники ученые и художники-активисты
16. Выразительные средства медиа-арта: экспериментальное пространство, симуляция (моделирование), база данных, перформативность, интерфейс, интерактивность, синестезия и пр.
17. Смысловая, повествовательная, коммуникативная и развлекательная составляющие мультимедийных произведений/продуктов «новых медиа»
18. Управление мультимедийной информацией при помощи соответствующих интерактивных интерфейсов (навигация, трансформация, оперирование и пр.)
19. Этапы разработки концепции и создание групповой работы в медиа-арт.
20. Новые способы коммуникации между художником и публикой – виртуальные технологии.
21. Пути продвижения художника, его работ в сети Интернет.
22. Критика медиа-артвинтернет-ресурсах СМИ
23. Таргетинга и статистика медиа-арта
24. Создание виртуальной галереи.
25. Репрезентация медиа-арта в социальных сетях.
26. Продвижение художника в блогосфере и в формате подкастинга.

27. Собственный веб-сайт художника как форма продвижения.
28. Виды арт менеджмента.
29. Функции арт-менеджмента визуальных искусств.
30. Организационная структура отечественной арт-индустрии.
31. Современные методы управления и их особенности для арт-индустрии.
32. Арт-маркетинг как специфическая функция арт-менеджмента.
33. Коммерческая сфера визуальных искусств и маркетинг.
34. Цели арт-менеджмента.
35. Профессиональный инструментарий арт-менеджера.
36. Специализации арт-менеджера в сфере визуальных искусств.
37. Профессиональные функции руководителя в сфере арт-индустрии.
38. Художественный аспект деятельности арт-менеджера.
39. Понятие и сущность продюсирования.
40. Система элементов разработки творческого коммерческого проекта.
41. Современный арт-рынок.
42. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера
43. Исследование мирового художественного рынка.
44. Арт галереи. Аукционы. Выставки. Ярмарки, арт-сообщества. Художественные учебные заведения. Коллекционеры.
45. Взаимоотношения профессиональных участников арт-рынка.
46. Перспективы развития арт бизнеса в России.
47. Проблемы отечественной киноиндустрии.
48. Рынок киноиндустрии, его особенности.
49. Менеджмент кинобизнеса. Кинопродюсер. Риск-менеджер проекта.
50. Глобальные информационные технологии в кинобизнесе.
51. Театральный менеджмент. Планирование творческо-производственной деятельности.
52. Проблема привлечения зрительской аудитории.
53. Маркетинговые и рекламные технологии, их роль в арт-менеджменте.
54. Менеджмент в области выступления отдельных творческих коллективов и исполнителей.
55. Менеджмент фестивалей.
56. Особенности развития музейного дела в условиях рыночной экономики.
57. Направления развития музейного менеджмента.
58. Классификация выставок. Экспомаркетинг.
59. Выставочная и поствыставочная деятельность экспонента.
60. Материально-техническое обеспечение выставки.

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. Арутюнов, С.А. Культуры, традиции и их развитие и взаимодействие / С.А. Арутюнов. - М. Директ-Медиа, 2014/- 386 с. //То же - [Электронный ресурс] - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235159>
2. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / Ю.В.Безрутченко.- М.: Дашков и К, 2014.- 232 с.
3. Кадырова, С.В., Немцева, Е.А.; Тульчинский, Г.Л. Self-management в сфере культуры и искусства: учебное пособие/ С.В.Кадырова, Е.А.Немцева, Г.Л.Тульчинский.- М.: Лань: Планета музыки, 2013.- 224 с.
4. Назаров, М.М.Папантиму, М. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования /М.М.Назаров, М.Папантиму. – М.:ЛИБРОКОМ, 2015.- 216 с.;

7.2. Дополнительная литература

1. Чечетин, А.И. Основы драматургии театрализованных представлений /А.И.Чечетин.- СПб.: Лань; Планета музыки, 2013.- 288 с.
2. Шароев, И.Г. Режиссура эстрады и массовых представлений. Учебник. /И.Г.Шароев- М.: ГИТИС, 2014.- 342 с.
3. Шустрова, О.И. Пространство медиа искусства /О.И.Шустрова. – СПб.:Алетейя, 2013.- 132 с. // URL: [http:// biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939)
4. Хворостов, Д.А. 3D Studio Max + V-Ray. Проектирование дизайна среды [Текст] : учеб. пособие / Д. А. Хворостов. - М. : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. - 270 с. : ил. - (Высш. образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-00091-515-8 (ФОРУМ). - ISBN 978-5-16-013586-1 (ИНФРА-М, print). - ISBN 978-5-16-106250-0 (ИНФРА-М, online) : 584.00.

7.3. Периодические издания

1. Вестник МГУ культуры и искусств;
2. Культура;
3. Обсерватория культуры;
4. Праздник;
5. Реклама. Теория и практика;
6. Рекламные Технологии;
7. Русская галерея - XXI век;
8. Русское искусство;
9. Художественный совет;
- 10.Theory, Culture, Society.

7.4. Интернет-ресурсы

1. Арт-менеджер: журн. - URL: [http:// www.artmanager.ru](http://www.artmanager.ru).
2. Ассоциация Менеджеров Культуры (АМК) - URL: <http://www.amcult.ru>.
3. Горючева Т. Новая тактика новых медиа: Мультирациональность //URL: <http://www.sccamoscow.ru/gif/lab/myth/g0/goruch.htm>.
4. Культура, сфера культуры и менеджмент. - URL: <http://www.manageweb.ru/study-407-1.html>
5. Культурная география. Научно-аналитический обзор источников по теме / Под рук. д-ра филос. наук, проф. М. С. Уварова. СПб.: СПбГУ, 2011 // URL: <http://philosophy.spbu.ru/userfiles/science/reviews/Uvarov%20M.S.%20Kul'turnaya%20Ogeografiya.%20Nauchnyi%20analiticheskii%20obzor..pdf>;
6. Лялина О., Шульгин А. Сети для художника // URL: <http://www.zhurnal.ru/netart/>.
7. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
8. Образовательная электронная библиотека - <http://www.knigafund.ru>
9. Психогеография. Как город влияет на нас? Как мы влияем на город //URL:http://psychogeo.spb.ru/page_119.html
10. Сайт «Социологические прогулки». Город ногами социолога. Июнь 12th, 2008 // URL: <http://www.urban-club.ru/?p=12>
11. Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе» // URL: <http://www.advertology.ru>
12. Университетская библиотека онлайн - <http://www.biblioclub.ru>
13. Шишко О. Пути развития искусства новых технологий в Москве за последнее десятилетие - от видео-арта до нет-арта // URL: <http://www.sccamoscow.ru>
14. Шульгин А. Art, Power, and Communication. Манифест // URL: <http://www.zhurnal.ru>

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания к выполнению реферативной работы

Реферат - краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привития студентам навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа учащегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом

1.Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию. Тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

2.Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).

3. Составление библиографии.
4. Обработка и систематизация информации.
5. Разработка плана реферата.
6. Написание реферата.
7. Публичное выступление с результатами исследования.

На семинарском занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.)

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы, обоснование выбранной темы, использование известных результатов и фактов, полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

План реферата должен включать в себя: введение, основной текст и заключение.

Во введении аргументируется актуальность выбранной темы, указываются цели и задачи исследования. В нем же можно отразить методику исследования и структуру работы.

Основная часть работы предполагает освещение материала в соответствии с планом. Основной текст желательно разбивать на главы и параграфы.

В заключении излагаются основные выводы и рекомендации по теме исследования.

Критерии оценки реферата:

- знание и понимание проблемы;
- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно формулировать выводы;
- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);
- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала, недопустимость прямого плагиата;
- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать

примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

2. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить обсуждение.

7. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

8. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

9. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. В докладе необходимо: сообщать новую информацию, использовать технические средства, знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара), уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы, четко выполнять установленный регламент, иметь представление о композиционной структуре доклада.

Выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название презентации (доклада), сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение- это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций

Кейс (в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

Типы кейсов:

- *Структурированный (highlystructured) кейс*, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
- *Маленькие наброски (shortvignettes)* содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
- *Большие неструктурированные кейсы (longunstructuredcases)* объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.

2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007; пакет прикладных программ для работы с графикой Adobe Master Collection CS6.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____.
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)

Протокол № _____ от «___» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____/_____/_____
(должность)(подпись) (Ф.И.О.) (дата)

_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____
(наименование кафедры)(подпись) (Ф.И.О.) (дата)