

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кудинова Анна Васильевна  
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
Дата подписания: 31.05.2022 14:18:03  
Уникальный программный ключ:  
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec87d71fc

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, туризма и  
рекламы   
\_\_\_\_\_ А.В.Кудинова  
06июня 2022 г. Протокол № 13.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ФТД.01 Креативное проектирование**

Направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки Арт-бизнес и реклама

Форма обучения – очная, заочная

**Краснодар  
2022**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017. Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020. С изменениями и дополнениями от 8 февраля 2021 г.)

**Рецензенты:**

доктор филологических наук,  
профессор кафедры электронных средств  
массовой информации и новых медиа  
факультета журналистики  
Кубанского государственного университета

Е.Г. Сомова

кандидат культурологии, доцент кафедры  
социокультурной деятельности КГИК

Л.Н. Кондратьева

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

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы 06 июня 2022 г., протокол №13.

Рабочая программа учебной дисциплины «Креативное проектирование» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 26 августа 2022 г., протокол №11.

## Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С. 4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	С. 4 -5
4. Структура и содержание дисциплины	С.5-11
4.1. Структура дисциплины:	С.5 -6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С.6-10
5. Образовательные технологии	С. 11
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.11-13
6.1. Контроль освоения дисциплины	С. 11-12
6.2. Оценочные средства	С. 12-13
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С.13-17
7.1. Основная литература	С. 13-14
7.2. Дополнительная литература	С.14
7.3. Периодические издания	С. 14
7.4. Интернет-ресурсы	С. 14-15
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С. 15-18
7.6. Программное обеспечение	С. 19
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С. 19
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 20

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** дать представление о методологии и методике креативного проектирования как творческой деятельности по созданию креативных проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы

**Задачи:**

- формирование у обучающихся базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческих проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы;

- формирование у обучающихся осознания взаимосвязи маркетинговой политики, коммуникационной стратегии и творческих разработок в сфере арт-бизнеса и рекламы.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Креативное проектирование» относится к факультативным дисциплинам. Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как: «Основы права», «Основы самоорганизации личности в процессе обучения и профессиональной деятельности», «История рекламы».

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПОДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты

Наименование компетенции	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	- методологию и методику разработки и реализации бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- самостоятельно разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в области арт-бизнеса и рекламы с учетом отечественного и зарубежного опыта в арт-бизнесе и рекламе	- опытом самостоятельной разработки и реализации эффективных бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы с учетом отечественного и зарубежного опыта в области профессиональной деятельности
Способен применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных	- методологию и методы менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной	- применять под руководством технологии менеджмента и маркетинга с использованием инфор-мационно-коммуникативных	- опытом применения под руководством технологий менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных

технологий (ПК-2)	деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	технологий в профессиональной деятельности в сфере
Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	- методологию и технологии рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы	- использовать методологию и технологию рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы, при разработке, созданию и продвижению рекламной продукции в сфере арт-бизнеса	- опытом использования методологии и технологий рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы, при разработке, созданию и продвижению рекламной продукции в сфере арт-бизнеса

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 ч.).

##### *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	К	СР	
1.	Методология креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе	1	1-17	6	10		20	
2	Методики технологии креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе	2	1-18	8	10		18	
<b>ВСЕГО: 72 (2)</b>				<b>14</b>	<b>20</b>		<b>38</b>	<b>Зачет</b>

**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	К	СР	
1.	Методология креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе	1		2	2		32	
2	Методики технологии креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе	2		2	2		32	
<b>ВСЕГО: 72 (2)</b>				<b>4</b>	<b>4</b>		<b>64</b>	<b>Зачет</b>

**4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы****По очной 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
<b>1 семестр</b>	<b>Раздел 1. Методология креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе</b>		
Тема 1.1. Креативность как творческий процесс. Типология проектов.	<u>Лекции:</u> Креативность как творческий процесс. Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Креативные техники в творческом процессе (Алекс Осборн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I». Типология проектов. Основные характеристики проектной деятельности. Понятие о внеаудиторной самостоятельной работе студента по поиску информации для обеспечения проекта. Понятие об авторском праве. Необходимые	2/0,05	ПК-1 ПК-2 ПК-3

	условия для организации проектной деятельности.		
	<u>Практические занятия:</u> Работа над индивидуальным проектом. Поиск и анализ креативных идей для индивидуального креативного проекта. Подготовка обоснования.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к практическому занятию. Работа над индивидуальным проектом	6/0,16	
Тема 1.2. Методы активизации творческих идей при создании креативного продукта	<u>Лекции:</u> Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей. Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна, метод фокальных объектов и др.	2/0,05	ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Работа над индивидуальным проектом. Выбор методов разработки креативных идей индивидуального креативного проекта.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к практическому занятию. Работа над индивидуальным проектом	6/0,16	
Тема 1.3. Технологии разработки креативного брифа	<u>Лекции:</u> Виды творческих заданий. Структура брифа. Описание целевой аудитории. Основные характеристики ЦА: географические характеристики, демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики. Цели и задачи. Понятие инсайта: условные типы инсайтов. Рекламная идея и художественный образ. Оценка креатива: шкала SIMPLE.	2/0,05	ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Работа над индивидуальным проектом. Выбор идеи индивидуального креативного проекта. Разработка креативного брифа.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к практическому занятию. Работа над индивидуальным проектом	8/0,2	
	<b>Итого за семестр</b>	36/2	
<b>2 семестр</b>	<b>Раздел 2.Методики и технологии креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе</b>		
Тема 2.1. Технологии креативного проектирования	<u>Лекции:</u> Принципы креативного конструирования. Технологии креативного проектирования. Визуальные технологии креативного проектирования. Этапы процесса организации креативной проектной деятельности. Организация креативной проектной деятельности.	2/0,05	ПК-1 ПК-2 ПК-3

	<u>Практические занятия:</u> Работа над индивидуальным проектом. Выбор технологий креативного проектирования для индивидуального креативного проекта. Разработка плана создания индивидуального креативного проекта.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа над индивидуальным креативным проектом.	4/0,1	
Тема 2.2. Методы создания и реализации креативного проекта	<u>Лекции:</u> Подготовка бизнес-плана креативного проекта. Структура бизнес-плана. Методы управления созданием креативного проекта. Методы оценки эффективности креативного проекта.	2/0,05	ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Работа над индивидуальным проектом. Выбор методов реализации индивидуального креативного проекта. Организационный план реализации индивидуального креативного проекта.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа над индивидуальным креативным проектом.	4/0,1	
Тема 2.3. Методы продвижения креативного проекта	<u>Лекции:</u> Виды и формы коммуникативного продвижения креативных проектов в арт-бизнесе и рекламе. Медиапланирование коммуникативного продвижения креативного проекта.	2	ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Работа над индивидуальным проектом. Разработка медиаплана продвижения индивидуального креативного проекта.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа над индивидуальным креативным проектом.	4/0,1	
Тема 2.4. Методы презентации креативного проекта	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Работа над индивидуальным проектом. Подготовка презентации индивидуального креативного проекта. Защита индивидуального креативного проекта.	4/0,1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к защите индивидуального креативного проекта.	6/0,16	
<b>Итого за семестр</b>		36/2	
<b>Всего</b>		72/2	
<b>Вид итогового контроля</b>		зачет	

### *По заочной форме обучения*

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

	курсовая работа		(по теме)
1	2	3	4
1 семестр	Раздел 1. Методология креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе		
Тема 1.1. Креативность как творческий процесс. Типология проектов.	<u>Лекции:</u> Креативность как творческий процесс. Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Креативные техники в творческом процессе (Алекс Осборн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I». Типология проектов. Основные характеристики проектной деятельности. Понятие о внеаудиторной самостоятельной работе студента по поиску информации для обеспечения проекта. Понятие об авторском праве. Необходимые условия для организации проектной деятельности.	2/0,05	ПК-1 ПК - 2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа</u> Работа над индивидуальным проектом. Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Поиск и анализ креативных идей для индивидуального креативного проекта. 2. Подготовка обоснования. 3. Работа над индивидуальным проектом.	10/0,27	
Тема 1.2. Методы активизации творческих идей при создании креативного продукта	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей. Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна, метод фокальных объектов и др. 2. Выбор методов разработки креативных идей индивидуального креативного проекта.	10/0,27	ПК-1 ПК-2 ПК-3

Тема 1.3. Технологии разработки креативного брифа	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1.Виды творческих заданий. 2.Структура брифа. 3.Описание целевой аудитории. Основные характеристики ЦА: географические характеристики, демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики. Цели и задачи. 4.Понятие инсайта: условные типы инсайтов. 5.Рекламная идея и художественный образ. 6. Оценка креатива: шкала SIMPLE. 7.Работа над индивидуальным проектом	12/0,33	
	<b>Итого за семестр</b>	36/2	
<b>2 семестр</b>	<b>Раздел 2.Методики и технологии креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе</b>		
Тема 2.1. Технологии креативного проектирования	<u>Лекции:</u> Принципы креативного проектирования. Технологии креативного проектирования. Визуальные технологии креативного проектирования. Этапы процесса организации креативной проектной деятельности. Организация креативной проектной деятельности.	2/0,05	ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1.Выбор технологий креативного проектирования для индивидуального креативного проекта. 2.Разработка плана создания индивидуального креативного проекта 3.Работа над индивидуальным креативным проектом.	8/0,2	
Тема 2.2. Методы создания и реализации креативного проекта	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> не предусмтрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1.Подготовка бизнес-плана креативного проекта. 2.Структура бизнес-плана. 3.Методы управления созданием креативного проекта. 4.Методы оценки эффективности креативного проекта.Выбор методов	8/0,2	

	реализации индивидуального креативного проекта. 5.Организационный план реализации индивидуального креативного проекта 6. Работа над индивидуальным креативным проектом.		
Тема 2.3. Методы продвижения креативного проекта	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1.Виды и формы коммуникативного продвижения креативных проектов в арт-бизнесе и рекламе. 2.Медиапланирование коммуникативного продвижения креативного проекта. 3.Разработка медиаплана продвижения индивидуального креативного проекта. 4. Работа над индивидуальным креативным проектом.	8/0,2	
Тема 2.4. Методы презентации креативного проекта	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ПК-1 ПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: Работа над индивидуальным проектом. Подготовка презентации индивидуального креативного проекта. Защита индивидуального креативного проекта.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к защите индивидуального креативного проекта.	8/0,2	
	<b>Итого за семестр</b>	36/2	
	<b>ВСЕГО</b>	72/2	

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Проблемное обучение, исследовательские методы в обучении, технологии креативного проектирования, мультимедийное сопровождение лекционного материала

## 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,  
выполнение и защита практических работ;  
подготовка и защита презентаций

*Рубежный контроль* проводится по бально-рейтинговой системе  
выполнение и защита практических работ;  
подготовка и защита презентаций

Итоговый контроль по результатам семестров по дисциплине проходит в форме зачета во 2 семестре.

## **6.2. Оценочные средства**

### **6.2.1. Вопросы для проведения текущего контроля:**

1. технологические аспекты креативного проектирования в арт-бизнесе;
2. виды проектов в культурных индустриях;
3. общее понятие рекламного креатива; креатив в рекламе: специфика жанра; формы и функции рекламного креатива;
4. проблематика рекламного творчества;
5. рекламный креатив: специфика проектно-конструкторской деятельности;
6. иерархия структурных элементов креативной рекламы;
7. иерархия продуктов рекламного креатива;
8. управление творческим коллективом;
9. барьеры творческого и критического мышления;
10. общая схема разработки креативной идеи;
11. выбор и оценка идеи: сортировка, оценка эффективности рекламы, как креативного продукта;
12. стереотипы в области арт-бизнеса и рекламы;
13. методология креативного мышления в арт-бизнесе и рекламе;
14. специальные техники креативного конструирования;
15. средства интенсификации творческого мышления в креативном проектировании в арт-бизнесе и рекламе.

### **6.2.2. Вопросы к зачету по дисциплине:**

1. Методология креативного проектирования в арт-бизнесе.
2. Методология креативного проектирования в рекламе.
3. Креатив в рекламе: специфика жанра.
6. Формы и функции креатива в арт-бизнесе.
7. Проблематика рекламного творчества.
8. Рекламный креатив как творчество.
9. Рекламный креатив: специфика проектно-конструкторской деятельности.
10. Иерархия структурных элементов креативной рекламы.
11. Иерархия продуктов рекламного креатива.
12. Управление творческим коллективом в арт-бизнесе и рекламе.

13. Барьеры творческого и критического мышления в арт-бизнесе и рекламе.
14. Общая схема разработки креативной идеи в арт-бизнесе и рекламе.
15. Выбор и оценка идеи: сортировка, оценка эффективности креативных проектов.
16. Стереотипы в области креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе.
17. Специальные техники рекламного конструирования.
18. Средства интенсификации творческого мышления в арт-бизнесе и рекламе.
19. Юмористические приемы в рекламной практике.
20. Общая классификация творческих приемов креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе.
21. Технологии разработки креативных проектов в арт-бизнесе и рекламе.
22. Технологии реализации креативных проектов в арт-бизнесе и рекламе.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **7.1. Основная литература**

1. Блинов, А. О. Управление изменениями: учебник / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. – 3-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2021. – 304 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684279> – ISBN 978-5-394-04341-3. – Текст электронный.
2. Нагаева, И. А. Арт-информатика: основы, технологии, перспективы / И. А. Нагаева. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 120 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602628> -ISBN 978-5-4499-1866-6. – DOI 10.23681/602628. – Текст: электронный.
3. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования: учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова; ред. Л. М. Дмитриева. – Москва :Юнити-Дана, 2017. – 239 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684750> . – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст: электронный
4. Пономарева, А. М. Креатив и копирайтинг: учебник: / А. М. Пономарева ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – 2-е изд., испр. и доп. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 268 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146> – ISBN 978-5-7972-2537-9. – Текст : электронный.
5. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 336 с.– Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529> (дата обращения: 05.09.2022). – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст : электронный.

## 7.2. Дополнительная литература

1. Вылегжанина, А.О. Организационный инструментарий управление проектом: учебное пособие. / А.О. Вылегжанина. – Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 312 с.
2. Пашкова, И. В. Проектирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии: учебное наглядное пособие, направление подготовки 54.03.01 «Дизайн» : [16+] / И. В. Пашкова ; Кемеровский государственный институт культуры, Факультет визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2018. – 180 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613113>– ISBN 978-5-8154-0454-0. – Текст : электронный.
3. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере : учебное пособие/ О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016. – 92 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622> – ISBN 978-5-8158-1809-5. – Текст: электронный
4. Понуждаев, Э. А. Управление организационными изменениями (курс лекций, практикум, консультационный курс, тесты): учебное пособие : [16+] / Э. А. Понуждаев, В. П. Медведев, М. Э. Понуждаева. – Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 458 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595819>– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1455-2. – DOI 10.23681/595819. – Текст: электронный.
5. Социальное проектирование в эпоху культурных трансформаций / ред. В. М. Розин. – Москва : Институт философии РАН, 2008. – 268 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=64078> (дата обращения: 07.09.2022). – ISBN 978-5-9540-0105-1. – Текст : электронный.

## 7.3. Периодические издания

1. Информационное общество
2. Культура: управление, экономика, право
3. Реклама. Теория и практика
4. Рекламные Технологии

## 7.4. Интернет-ресурсы

1. URL: <http://www.sostav.ru>
2. URL: <http://www.advertologi.ru>
3. URL: <http://www.mediamarket.ru>
4. URL: <http://www.marketing.spb.ru> — сайт о маркетинге, информационные материалы.
5. URL: <http://www.4p.ru> – электронный журнал по маркетингу.

6. URL: [http:// www.createbrand.ru](http://www.createbrand.ru)

7. URL: [http:// www. AdMe.ru](http://www.AdMe.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 учебною 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 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:

Проработать конспект лекций;

Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;

Ответить на вопросы плана семинарского занятия;

Выполнить домашнее задание;

Проработать тестовые задания и задачи;

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**

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой Windows 2007 Server, пакетами MSOffice; MSoffice 2007 pro; AdobeCS6; Adobe Premiere Pro, Magic Samplitude, SonySoundForgePro 9,10, SonyVegasPro 10, справочно-правовые системы Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

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, 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**

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 арт-бизнеса и рекламы

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)