

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения

Дата подписания: 27.05.2024 10:19:41

Уникальный программный ключ:

f44eef2bd05d36fb6ccbfd4c09b7b18c8392fed4

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет гуманитарного образования

Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

истории, культурологии и  
музееведения

 А.В. Кудинова

14 мая 2024 г. Пр. № 16

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ФТД.02 НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОЕКТНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки(профиль) 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки  
(Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – заочная

**Краснодар  
2024**

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 08 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  
социально-культурной деятельности КГИК

Л.Н. Кондратьева

**Составитель:** А.В. Кудинова, кандидат исторических наук, доцент,  
заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения 14 мая 2024 г., протокол № 16.

Рабочая программа учебной дисциплины «Научные исследования в проектной деятельности» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 23 мая 2024 г., протокол № 9.



## 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.5-12
4.1. Структура дисциплины:	С.5 -6
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С.6-12
5. Образовательные технологии	С.12
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.12-14
6.1. Контроль освоения дисциплины	С. 12-13
6.2. Оценочные средства	С. 13-14
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С.14-17
7.1. Основная литература	С. 14
7.2. Дополнительная литература	С.14-15
7.3. Периодические издания	С. 15
7.4. Интернет-ресурсы	С. 16
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С. 16-19
7.6. Программное обеспечение	С. 20
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С. 20
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 21

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** дать обучающимся современные представления о методологии и методике научного сопровождения в проектной деятельности сфере арт-бизнеса и рекламы с использованием инструментария научных исследований

### Задачи:

1. ознакомление с методологией проведения исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы;
2. изучение основ теоретических знаний и прикладных навыков анализа и научного сопровождения проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Научные исследования в проектной деятельности» 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», «Психология», «Педагогика», «Теория и практика арт-бизнеса и рекламы», «Связи с общественностью» .

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, 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 управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	- основы методологии и методики научного сопровождения проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе; - основы понятийного аппарата и терминологии области научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; - основные методы научного анализа в	- применять базовые знания и понятийный аппарат научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; - определять и использовать в практике научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- основами методологии и методики научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; - базовыми понятиями и терминами научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы;

	сфере проектной деятельности в области арт – бизнеса и рекламы - основные методы представления результатов научных исследований в сфере проектной деятельности в области арт – бизнеса и рекламы;	наиболее релевантные методы научного анализа; - использовать основные формы и виды представления результатов научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.	- основами представления полученных результатов в ходе научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
--	--	--	---

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Структура дисциплины

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

##### *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 научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламе	1		2	2		32	
2	Методика научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	2		2	2		32	
Итого				4	4		64	
Вид итогового контроля								Зачет

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

##### *По заочной форме обучения*

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов):	Объем часов /	Формируемые
-----------------------------	---	---------------	-------------

	лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	з.е.	компетенции (по теме)
1	2	3	4
1 семестр	<b>Раздел 1. Методология научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламе</b>		
Тема 1.1. Научные исследования в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.	<u>Лекции:</u> Научное сопровождение проектной деятельности. Виды научных исследований в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе. Методология научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.	2/0,05	<i>ПК-4</i>
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Основные концептуальные подходы к научному сопровождению проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе. 2. Основы методологии научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе. 3. Базовые термины и понятия научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.	10/0,27	
Тема 1.2. Виды и функции научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		<i>ПК-4</i>
	<u>Практическое занятие (семинар):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Основные виды научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе. 2. Основы методологии количественных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе. 3. Основы методологии качественных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе. 4. Рамки использования методологии результатов научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию	6/0,16	
Тема 1.3. Социологическое обеспечение проектной деятельности в арт-	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		<i>ПК-4</i>
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по	12/0,33	

бизнесе и рекламе	вопросам: 1.Понятия «социологическое обеспечение арт-бизнеса». 2.Понятия «социологическое обеспечение рекламы» 3.Социально-демографические и другие характеристики целевых аудиторий проектной деятельности и ее культуры как фильтры восприятия арт-бизнес-деятельности: тенденции, жизненные этапы. 4. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы. 5.Виды сегментирования и агрегирования целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.		
	<b>Итого за семестр</b>	36/2	
<b>2 семестр</b>	<b>Раздел 2.Методика научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе</b>		
Тема 2.1. Методы прикладных научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	<u>Лекции:</u> Виды прикладных научных исследований в проектной деятельности в области арт-бизнеса и рекламы. Основные концептуальные подходы различным видам прикладных научных исследований в области арт-бизнеса и рекламы. Подготовка программы прикладного научного сопровождения проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.	2/0,05	ПК-4
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами	10/0,27	
Тема 2.2. Методы анализа качественных данных в прикладных научных исследованиях проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ПК-4
	<u>Практические занятия:</u> не предусмотрены		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1.Выявление проблемы в проектной деятельности в области арт-бизнеса и рекламы и потребностей в ее научного анализа. 2.Предварительное исследование данных. 3. 3.Определение, оценка и пересмотр темы исследования. 4.Выбор методов анализа качественных данных в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы. 5.Подготовка отчета о результатах анализа качественных данных и технологии его презентации	12/0,33	
Тема 2.3. Методы анализа	<u>Лекции:</u> не предусмотрены		ПК-4
	<u>Практическое занятие (семинар):</u>	2/0,05	



количественных данных в прикладных научных исследованиях проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	<u>Вопросы:</u> 1. Составление программы количественного исследования проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы. 2. Выбор методов реализации программы количественного исследования. 3. Определение индикаторов анкеты. 4. Составление анкет: подготовка к составлению анкеты; разработка составных частей анкеты; компоновка анкеты; пилотажные и лонгитюдные исследования. 5. Обработка и интерпретация результатов исследования. 6. Подготовка отчета о результатах анализа количественных данных и технологии его презентации		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию	10/0,27	
	<b>Итого за семестр</b>	36/2	
	<b>ВСЕГО</b>	72/2	
	<b>Вид итогового контроля</b>	Зачет	

## 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. Обоснование потребности в научных исследованиях проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
2. Методологические подходы к научным исследованиям проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
3. Виды научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
4. Терминологический аппарат научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы.
6. Формы научного сопровождения проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
7. Методология качественных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса рекламы (по авторам методологических подходов).
8. Методика качественных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса рекламы (по видам методов).
9. Методология количественных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса рекламы (по авторам методологических подходов).
10. Методика качественных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса рекламы (по видам методов).
11. Технологии представления результатов научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса рекламы.
12. Использование научных данных в сопровождении проектной деятельности в сфере арт-бизнеса рекламы.

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

1. Основные концептуальные подходы к научному сопровождению проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.
2. Основы методологии научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.
3. Базовые термины и понятия научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.
4. Основные виды научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.
5. Основы методологии количественных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.
6. Основы методологии качественных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.
7. Границы и рамки использования методологии результатов научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.
8. Понятия «социологическое обеспечение арт-бизнеса».

9. Понятия «социологическое обеспечение рекламы» 3. Социально-демографические и другие характеристики целевых аудиторий проектной деятельности и ее культуры как фильтры восприятия арт-бизнес-деятельности: тенденции, жизненные этапы.
10. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
11. Концептуальные подходы к целевым аудиториям проектной деятельности с точки зрения кривых спроса и предложения.
12. Виды сегментирования и агрегирования целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
13. Выявление проблемы в проектной деятельности в области арт-бизнеса и рекламы и потребностей в ее научного анализа.
14. Предварительное исследование данных. Определение, оценка и пересмотр темы исследования.
15. Выбор методов анализа качественных данных в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
16. Составление программы количественного исследования проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
17. Выбор методов реализации программы количественного исследования.
18. Определение индикаторов анкеты.
19. Составление анкет: подготовка к составлению анкеты; разработка составных частей анкеты; компоновка анкеты; пилотажные и лонгитюдные исследования.
20. Обработка и интерпретация результатов исследования.
21. Подготовка отчета о результатах анализа количественных данных и технологии его презентации

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

### **7.1. Основная литература**

1. Аверченков, В. И. Основы научного творчества : учебное пособие : [16+] / В. И. Аверченков, Ю. А. Малахов. – 4-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2021. – 156 с.: ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93347>– ISBN 978-5-9765-1269-6. – Текст электронный.
2. Кузнецов, И. Н. Основы научных исследований : учебное пособие : [16+] / И. Н. Кузнецов. – 5-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 282 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573392> (дата обращения: 05.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03684-2. – Текст: электронный.

3. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований : учебное пособие: / М. Ф. Шкляр. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 208 с.: табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684505> . – ISBN 978-5-394-04708-4. – Текст : электронный.

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Дятлов, А. В. Эмпирические социологические исследования социальной реальности / А. В. Дятлов, Я. А. Асланов, В. В. Ковалев; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2021. – 164 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683906> – ISBN 978-5-9275-3605-4. – DOI 10.18522/801273615. – Текст : электронный

2. Музыкант, В. Л. Коммуникативное общество: культурный код экономического поведения / В. Л. Музыкант, В. Д. Киселев. – Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 332 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598541> (дата обращения: 04.09.2022). – ISBN 978-5-4499-1613-6. – DOI 10.23681/598541. – Текст : электронный.

3. Стандарты качества массовых опросов: сборник научных статей: сборник научных трудов / под науч. ред. Д. М. Рогозина, А. А. Ипатовой; пер. с англ. Д. М. Рогозина, А. А. Ипатовой [и др.]. – Москва : Дело, 2019. – 233 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577608> (дата обращения: 04.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7749-1481-4. – Текст : электронный.

4. 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. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529> – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст: электронный.

5. Хейг, П. Управленческие концепции и бизнес-модели: полное руководство / П. Хейг ; пер. с англ. В. Ионова. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 370 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570347> – ISBN 978-5-9614-2346-4. – 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. Изучение эффективности рекламных кампаний // URL: <http://www.psyfactor.org>
2. Иноязычные сайты о рекламе // URL: <http://www.advesti.ru/useful/>
3. Русскоязычные сайты о рекламе // URL: <http://www.advesti.ru/useful/>
4. Сайты Интернет по социологии // URL: <http://www.gu-ural.ru/doc/U-Biblio-Resursy-Sociology.html>
5. Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе» // URL: <http://www.advertology.ru>
6. Штомпка П. Теоретическая социология и социологическое воображение // URL: [http://sociologist.nm.ru/articles/schtompka\\_01.htm](http://sociologist.nm.ru/articles/schtompka_01.htm) - - П
7. Электронная библиотека по социологии // URL: <http://socioline.ru/library/>
8. URL: <http://www.politnauka.org/links/science.php>
9. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Article/stomp\\_teosoc.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/stomp_teosoc.php)

#### **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 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 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**

**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)