

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения

Дата подписания: 27.06.2024 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. Протокол № 16.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ФТД.01 Креативное проектирование

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 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 истории, культурологии и музееведения КГИК, доктор философских наук, профессор С.А.Морозов

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

Рабочая программа учебной дисциплины «Креативное проектирование» 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.5-11
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 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 и технологии креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе	2		2	2		32	
ВСЕГО: 72 (2)				4	4		64	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 /з.е.	Формы-руе-
-----------------------------	---	-------------------	------------

	лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		мыеком пентенции (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	10/0,27	ПК-1 ПК-2 ПК-3

	идей индивидуального креативного проекта.		
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	
	Итого за семестр	36/2	
2 семестр	Раздел 2.Методики и технологии креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе		
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> 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.	8/0,2	

	3.Методы управления созданием креативного проекта. 4.Методы оценки эффективности креативного проекта.Выбор методов 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	
	Итого за семестр	36/2	
	ВСЕГО	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 выполнения 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>
7. URL: <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)