

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения

Дата подписания: 2025-06-09 13:31

Уникальный программный ключ:

f44eef2bd05d76fb6c8bfd4c09b7b18c8792fedf

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

09 июня 2025 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ФАКУЛЬТАТИВНОГО КУРСА**

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

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

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар  
2025

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

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения 09 июня 2025 г., протокол № 20.

Рабочая программа учебной дисциплины «Научные исследования в проектной деятельности» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 25 июня 2025 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  |
| 4. Структура и содержание дисциплины  | С.5   |
| 4.1. Структура дисциплины:  | С. 5  |
| 4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы                          | С.6   |
| 5. Образовательные технологии   | С. 11 |
| 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:  | С.12  |
| 6.1. Контроль освоения дисциплины   | С. 12 |
| 6.2. Фонд оценочных средств   | С. 12 |
| 7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины   | С.14  |
| 7.1. Основная литература  | С. 14 |
| 7.2. Дополнительная литература  | С.14  |
| 7.3. Периодические издания  | С. 15 |
| 7.4. Интернет-ресурсы   | С. 15 |
| 7.5. Методические указания и материалы по видам занятий   | С. 15 |
| 7.6. Программное обеспечение  |       |
| 7.7. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья  | 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 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», «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 продемонстрировать 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;<br>- основы понятийного аппарата и терминологии области научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы;<br>- основные методы научного анализа в | - применять базовые знания и понятийный аппарат научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы;<br>- 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;<br>- 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<br>- основные методы представления результатов научных исследований в сфере проектной деятельности в области арт – бизнеса и рекламы; | наиболее релевантные методы научного анализа;<br>- 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 очной форме обучения*

| № п/п | Раздел дисциплины   | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) |    |   |    | Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации |
|-------|---|---------|--|----|---|----|---|
|       |   |         | Л  | ПЗ | К | СР |   |
| 1.    | Методология научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламе | 3       | 6  | 10 |   | 20 |   |
| 2     | Методика научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе                    | 4       | 6  | 10 |   | 20 |   |
| Итого |   |         | 12   | 20 |   | 40 | Зачет   |

##### *По заочной форме обучения*

| № п/п | Раздел дисциплины   | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) |    |   |    | Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации |
|-------|---|---------|--|----|---|----|---|
|       |   |         | Л  | ПЗ | К | СР |   |
| 1.    | Методология научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламе | 3       | 2  | 2  |   | 32 |   |
| 2     | Методика научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе                    | 4       | 2  | 2  |   | 32 |   |
| Итого |   |         | 4  | 4  |   | 64 | Зачет   |

## 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>Раздел 1. Методология научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламе</b> |   |                    |                                   |
| Тема 1.1.<br>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             | ПК-4                              |
|  | <u>Практическое занятие (семинар):</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Основные концептуальные подходы к научному сопровождению проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>2. Основы методологии научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>3. Базовые термины и понятия научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.   | 2/0,05             |                                   |
|  | <u>Самостоятельная работа:</u><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию   | 6/0,16             |                                   |
| Тема 1.2.<br>Виды и функции научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе                  | <u>Лекции:</u><br>Основные виды научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе: основы методологии количественных и качественных исследований проектной деятельности. Функции научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.   | 2/0,05             | ПК-4                              |
|  | <u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u><br>1. Основные виды научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>2. Основы методологии количественных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>3. Основы методологии качественных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>4. Рамки использования методологии результатов научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе. | 4/0,1              |                                   |
|  | <u>Самостоятельная работа:</u><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию   | 6/0,16             |                                   |

|  |  |        |      |  |
|--|--|--------|------|--|
| Тема 1.3.<br>Социологическое обеспечение проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе                  | <u>Лекции:</u> Понятия «социологическое обеспечение арт-бизнеса». Понятия «социологическое обеспечение рекламы» Социально-демографические и другие характеристики целевых аудиторий проектной деятельности и ее культуры как фильтры восприятия арт-бизнес-деятельности: тенденции, жизненные этапы. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения целевых аудиторий. Виды сегментирования и агрегирования целевых аудиторий.   | 2/0,05 | ПК-4 |  |
|  | <u>Практические занятия (семинары):</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Понятия «социологическое обеспечение арт-бизнеса».<br>2. Понятия «социологическое обеспечение рекламы»<br>3. Социально-демографические и другие характеристики целевых аудиторий проектной деятельности и ее культуры как фильтры восприятия арт-бизнес-деятельности: тенденции, жизненные этапы.<br>4. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.<br>5. Виды сегментирования и агрегирования целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы. | 4/0,1  |      |  |
|  | <u>Самостоятельная работа:</u><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию  | 8/0,2  |      |  |
| <b>Итого за семестр</b>  |  | 36/2   |      |  |
| <b>Раздел 2. Методика научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе</b>            |  |        |      |  |
| Тема 2.1.<br>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 (семинары):</u> <u>Вопросы:</u><br>1. Виды прикладных научных исследований в проектной деятельности в области арт-бизнеса и рекламы.<br>2. Основные концептуальные подходы различным видам прикладных научных исследований в области арт-бизнеса и рекламы.<br>3. Подготовка программы прикладного научного сопровождения проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.  | 2/0,05 |      |  |

|   |   |        |      |
|---|---|--------|------|
|   | <p><u>Самостоятельная работа:</u><br/>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию</p>   | 6/0,16 |      |
| <p>Тема 2.2.<br/>Методы анализа качественных данных в прикладных научных исследованиях проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы</p> | <p><u>Лекции:</u>Выявление проблемы в проектной деятельности в области арт-бизнеса и рекламы и потребностей в ее научном анализе. Предварительное исследование данных. Определение, оценка и пересмотр темы исследования. Выбор методов анализа качественных данных в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы. Подготовка отчета о результатах анализа качественных данных и технологии его презентации.</p>   | 2/0,05 | ПК-4 |
|   | <p><u>Практические занятия (семинары):</u><br/><u>Вопросы:</u><br/>1.Выявление проблемы в проектной деятельности в области арт-бизнеса и рекламы и потребностей в ее научного анализа.<br/>2.Предварительное исследование данных. 3.<br/>3.Определение, оценка и пересмотр темы исследования.<br/>4.Выбор методов анализа качественных данных в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.<br/>5.Подготовка отчета о результатах анализа качественных данных и технологии его презентации.</p>                 | 4/0,1  |      |
|   | <p><u>Самостоятельная работа:</u><br/>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию.</p>  | 6/0,16 |      |
| <p>Тема 2.3.<br/>Методы анализа количественных данных в прикладных научных исследованиях проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и</p>       | <p><u>Лекции:</u> Составление программы количественного исследования проектной деятельности в сфере арт- бизнеса и рекламы. Выбор методов реализации программы количественного исследование. Определение индикаторов анкеты. Составление анкет: подготовка к составлению анкеты; разработка составных частей анкеты; компоновка анкеты; пилотажные и лонгитюдные исследования. Обработка и интерпретация результатов исследования. Подготовка отчета о результатах анализа количественных данных и технологии его презентации</p> | 2/0,05 |      |

|                               |  |       |      |
|-------------------------------|--|-------|------|
| рекламы                       | <u>Практические занятия (семинары):</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Составление программы количественного исследования проектной деятельности в сфере арт- бизнеса и рекламы.<br>2. Выбор методов реализации программы количественного исследования.<br>3. Определение индикаторов анкеты.<br>4. Составление анкет: подготовка к составлению анкеты; разработка составных частей анкеты; компоновка анкеты; пилотажные и лонгитюдные исследования.<br>5. Обработка и интерпретация результатов исследования.<br>6. Подготовка отчета о результатах анализа количественных данных и технологии его презентации | 4/0,1 | ПК-4 |
|                               | <u>Самостоятельная работа:</u><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию  | 8/0,2 |      |
|                               | <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, курсовая работа   | Объем часов / з.е. | Формируемые компетенции (по теме) |
|--|--|--------------------|-----------------------------------|
| 1  | 2  | 3                  | 4                                 |
| <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             | ПК-4                              |
|  | <u>Практические занятия:</u> не предусмотрены  |                    |                                   |
|  | <u>Самостоятельная работа:</u><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам:<br>1. Основные концептуальные подходы к научному сопровождению проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>2. Основы методологии научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>3. Базовые термины и понятия научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе. | 10/0,27            |                                   |
|  | <u>Лекции:</u> не предусмотрены  |                    |                                   |

|  |  |         |      |
|--|--|---------|------|
| Тема 1.2.<br>Виды и функции научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе          | <u>Практическое занятие (семинар):</u><br><u>Вопросы:</u><br>1. Основные виды научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>2. Основы методологии количественных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>3. Основы методологии качественных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.<br>4. Рамки использования методологии результатов научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.  | 2/0,05  | ПК-4 |
|  | <u>Самостоятельная работа:</u><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по подготовке к практическому занятию  | 6/0,16  |      |
| Тема 1.3.<br>Социологическое обеспечение проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе                  | <u>Лекции:</u> не предусмотрены  |         | ПК-4 |
|  | <u>Практические занятия:</u> не предусмотрены  |         |      |
|  | <u>Самостоятельная работа:</u><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам:<br>1. Понятия «социологическое обеспечение арт-бизнеса».<br>2. Понятия «социологическое обеспечение рекламы»<br>3.3. Социально-демографические и другие характеристики целевых аудиторий проектной деятельности и ее культуры как фильтры восприятия арт-бизнес-деятельности: тенденции, жизненные этапы.<br>4. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.<br>5. Виды сегментирования и агрегирования целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы. | 12/0,33 |      |
|  | <b>Итого за семестр</b>  | 36/2    |      |
| <b>Раздел 2. Методика научных исследований проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе</b>            |  |         |      |
| Тема 2.1.<br>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><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами  | 10/0,27 |      |

|   |  |         |      |
|---|--|---------|------|
| Тема 2.2.<br>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><br>Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам:<br>1.Выявление проблемы в проектной деятельности в области арт-бизнеса и рекламы и потребностей в ее научного анализа.<br>2.Предварительное исследование данных. 3.<br>3.Определение, оценка и пересмотр темы исследования.<br>4.Выбор методов анализа качественных данных в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.<br>5.Подготовка отчета о результатах анализа качественных данных и технологии его презентации  | 12/0,33 |      |
| Тема 2.3.<br>Методы анализа количественных данных в прикладных научных исследованиях проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы | <u>Лекции:</u> не предусмотрены  |         | ПК-4 |
|   | <u>Практическое занятие (семинар):</u><br><u>Вопросы:</u><br>1.Составление программы количественного исследования проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.<br>2.Выбор методов реализации программы количественного исследование.<br>3.Определение индикаторов анкеты.<br>4.Составление анкет: подготовка к составлению анкеты; разработка составных частей анкеты; компоновка анкеты; пилотажные и лонгитюдные исследования.<br>5.Обработка и интерпретация результатов исследования.<br>6.Подготовка отчета о результатах анализа количественных данных и технологии его презентации | 2/0,05  |      |
|   | <u>Самостоятельная работа:</u><br>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.

### **6.2. Фонд оценочных средств**

#### **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.

**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»
10. Социально-демографические и другие характеристики целевых аудиторий проектной деятельности и ее культуры как фильтры восприятия арт-бизнес- деятельности: тенденции, жизненные этапы.
11. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
12. Концептуальные подходы к целевым аудиториям проектной деятельности с точки зрения кривых спроса и предложения.
13. Виды сегментирования и агрегирования целевых аудиторий в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
14. Выявление проблемы в проектной деятельности в области арт-бизнеса и рекламы и потребностей в ее научного анализа.
15. Предварительное исследование данных. Определение, оценка и пересмотр темы исследования.
16. Выбор методов анализа качественных данных в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
17. Составление программы количественного исследования проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
18. Выбор методов реализации программы количественного исследование.
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)
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 учебно 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 AstraLinux, пакет прикладных программ Р7-Офис, справочно-правовыми системами Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

### **7.7 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха;
- с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

## **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 истории, культурологии и музееведения

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)   |