

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зенгин Сергей Семенович
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.06.2021 15:09:49
Уникальный программный ключ:
6a5d8615911b6f6409e56c2d301686fe076872cb

Приложение № 9
к ОПОП по направлению подготовки
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
профиль Арт-бизнес и реклама
от 27 августа 2020 г.

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

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

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОПОП
для промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости**

Направление подготовки
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
Профиль
Арт-бизнес и реклама
Квалификация
Бакалавр
Нормативный срок обучения
4 года по очной форме обучения, 4,6 – по заочной форме обучения

(год начала подготовки – 2020)

**Краснодар
2020**

Фонд оценочных средств ОПОП для промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости включает в себя:

- типовые контрольные задания, тесты и иные материалы, позволяющие оценить знания, умения и навыки и (или) опыт деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- перечень компетенций с описанием показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности характеризующих этапы формирования компетенций;
- матрица соответствия составных частей ОПОП, компетенций и оценочных средств по направлению подготовки.

Подготовлен в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам программам бакалавриата и рабочими программами учебных дисциплин, программами практик, разработанными на следующих кафедрах:

Индекс, наименование дисциплины	Кафедра-разработчик	Протокол и дата утверждения на заседании кафедры рабочей программы дисциплины, программы практики
Б1.О.01 Русский язык и культура речи	Кафедра русского и иностранных языков и литературы	Протокол № 6 от 31 января 2019 г.
Б1.О.02 Иностранный язык	Кафедра русского и иностранных языков и литературы	Протокол № 6 от 31 января 2019 г.
Б1.О.03 Философия	Кафедра философии и общественных дисциплин	Протокол № 8 от 31 января 2019 г.
Б1.О.04 История	Кафедра истории, культурологии и музееведения	Протокол № 9 от 11 января 2019 г.
Б1.О.05 Безопасность жизнедеятельности	Кафедра физического воспитания и безопасности жизнедеятельности	Протокол № 5 от 20 января 2019 г.
Б1.О.06 Психология	Кафедра педагогики и психологии	Протокол № 7 от 27 декабря 2018 г.
Б1.О.07 Педагогика	Кафедра педагогики и психологии	Протокол № 7 от 27 декабря 2018 г.
Б1.О.08 Основы государственной культурной политики Российской Федерации	Кафедра истории, культурологии и музееведения	Протокол № 9 от 11 января 2019 г.

Б1.О.09 Предпринимательство и проектная деятельность	Кафедра экономики и информационных технологий	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.10 Основы права	Кафедра философии и общественных дисциплин	Протокол № 8 от 31 января 2019 г.
Б1.О.11 Основы самоорганизации личности в процессе обучения и профессиональной деятельности	Кафедра педагогики и психологии	Протокол № 7 от 27 декабря 2018 г.
Б1.О.13 Деловые коммуникации	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.14 История рекламы	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.15 Имиджелогия	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.16 Экономическая теория	Кафедра экономики и информационных технологий	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.17 Фотография	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.18 Теория и практика арт-бизнеса и рекламы	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.19 Связи с общественностью	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.20 Экономика организаций малого бизнеса	Кафедра экономики и информационных технологий	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.21 Интегрированные коммуникации	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.22 Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.23 Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе	Кафедра экономики и информационных технологий	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.24 Исследования в арт-бизнесе и рекламе	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.О.25 История искусств	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 8 от 13 февраля 2019 г.
Б1.О.26 Практика графического дизайна	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 8 от 13 февраля 2019 г.

Б1.О.27 Инфографика	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.01 Бизнес-планирование	Кафедра экономики и информационных технологий	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.02 Деловой иностранный язык	Кафедра русского и иностранных языков и литературы	Протокол № 6 от 31 января 2019 г.
Б1.В.03 Искусствознание	Кафедра истории, культурологии и музееведения	Протокол № 9 от 11 января 2019 г.
Б1.В.04 Современная массовая культура	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.05 Эвент-технологии	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.06 Управление креативными проектами	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.07 Правовое регулирование в сфере культуры и культурных инустрий	Кафедра философии и общественных дисциплин	Протокол № 9 от 11 января 2019 г.
Б1.В.08 Краудфандинг и фандрайзинг	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 8 от 13 февраля 2019 г.
Б1.В.09 Арт-рынок современного искусства	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.10 Визуальные объекты массового восприятия	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.01.01 Психология рекламы	Кафедра педагогики и психологии	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.01.02 Психология творчества	Кафедра педагогики и психологии	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.02.01 Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.02.02 Разработка и технологии производства рекламного проукта	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.03.01 Аудио-видеопроизводство коммуникационного продукта	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.03.02 Аудиовизуальные технологии в рекламе и арт-бизнесе	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.

Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование потребительской культуры	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.05.01 Копирайтинг	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б1.В.ДВ.05.02 Креолизованные тексты	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б2.О.01 (У) Ознакомительная практика	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б2.О.02 (П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б2.О.03 (П) Педагогическая практика	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б2.О.04 (П) Проектная практика	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.
Б2.О.05 (П) Преддипломная практика	Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы	Протокол № 1 от 26 августа 2020 г.

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, ТЕСТЫ И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ПОЗВОЛЯЮЩИЕ ОЦЕНИТЬ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ И (ИЛИ) ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина	Оценочные средства
Б1.О.01 Русский язык и культура речи	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля: - коллоквиум; - тестирование; - составление деловых документов; - написание реферата. <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: - устные ответы, - письменные ответы. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта и экзамена. <i>Оценочные средства</i> 1. Письменная работа по акцентологическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Контрольные и самостоятельные работы по русскому языку и культуре речи. Краснодар, 2015. С. 4-5. 2. Письменная работа по орфоэпическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Контрольные и самостоятельные работы по русскому языку и культуре речи. Краснодар, 2015. С. 5-7 3. Письменная работа по лексическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Контрольные и самостоятельные работы по русскому языку и культуре речи. Краснодар, 2015. С.7-9. 4. Письменная работа по лексическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Контрольные и самостоятельные работы по русскому языку и культуре речи. Краснодар, 2015. С.9-12. 5. Письменная работа (тест) по морфологическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Контрольные и самостоятельные работы по русскому языку и культуре речи. Краснодар, 2015. С.13-25. 6. Письменная работа (тест) по синтаксическим нормам русского языка, Варианты 1,2 по кн.: Новикова В.Ю. Контрольные и самостоятельные работы по русскому языку и культуре речи.

Краснодар, 2015. С.26-38.

Примеры тестовых заданий. ТЕСТ по теме «Морфологические нормы»

1. Выберите вариант, который содержит только существительные женского рода. 1. цеце, авеню, бенгали, салями.
 2. гну, пани, кольраби, мадам.
 3. кофе, Сочи, интервью, леди.
2. Выберите вариант, который содержит только существительные мужского рода. 1. пенальти, урду, торнадо, маэстро.
 2. кабальеро, крупье, амплуа, кюре.
 3. пальто, иваси, шимпанзе, клише.
3. Выберите вариант, который содержит только существительные среднего рода. 1. какао, кафе, месье, сулугуни.
 2. контральто, рагу, кашне, Онтарио.
 3. сирокко, такси, эсперанто, Тбилиси.
4. Выберите вариант, который содержит только несклоняемые имена собственные. 1. Жорж Санд, Дурново, Шевченко, Франсуа Рабле.
 2. Джон Смит, Джанни Версаче, Микеланджело Антониони, Долгих.
 3. Ли Бо, Чарльз Дарвин, Дюма, Антонио Страдивари.
5. Выберите вариант, который содержит только те существительные мужского рода, которые в Р.п. ед.ч. могут иметь в разговорной речи падежные окончания –у (–ю).
 1. горох, коньячок, килограмм, размах.
 2. сахар, станок, компьютер, перец.
 3. кипятки, виноград, суп, шум.
6. Выберите вариант, который содержит только существительные мужского рода, у которых в П.п. ед.ч. возможны сразу два варианта окончания: –е и –у(–ю). 1. дом, шаг, тенор, стол.
 2. бой, отпуск, дуб, край.
 3. сад, берег, сок, цемент.
7. Выберите вариант, который содержит только существительные мужского рода, у которых в И.п. мн.ч. возможны сразу два варианта окончания: –а(–я) и –ы (–и) во всех стилях речи. 1. образ, хлеб, лагерь, корпус.
 2. бухгалтер, торт, орден, пояс.
 3. договор, фронт, шофёр, мех.
8. Выберите вариант, содержащий только существительные, у которых в Р.п. мн.ч. в книжной речи является нормой окончание –ов или –ев. 1. партизан, георгина, сапёр, грамм.
 2. минёр, носок, монгол, устье.

3. комментарий, маслина, апельсин, платье.
9. Выберите вариант, содержащий только существительные, у которых в Р.п. мн.ч. в книжной речи нормой является окончание –ей. 1. корневище, пустыня, гость, монахиня.
2. распря, бредня, ружьё, судья.
3. богиня, армянин, подмастерье, грабли.
10. Выберите вариант, содержащий только существительные, у которых в Р.п. мн.ч. в книжной речи нормой является нулевое окончание. 1. погоня, хранилище, батут, святыня.
2. басня, яблоко, брюки, ампер.
3. башня, чулок, поднебесье, манжета.
11. Выберите вариант, который содержит только аббревиатуры мужского рода. 1. КНР, МГУ, ТАСС, ГАЗ.
2. США, БАМ, РОНО, РФ.
3. ДК, МХАТ, КГИК, НИИ.
12. Выберите вариант, который содержит только книжные формы прилагательных. 1. сильнее, веселей, более высокий, мудрее.
2. вражеский, красивее, высочайший, интереснее.
3. отцов, легчайший, слаще, здоровей.
13. Выберите вариант, в котором все формы прилагательных образованы правильно в книжной речи.
1. длиннее, бойче, звонче, слаще.
2. слаже, бойчее, красивее, короче.
3. богатеe, длиньше, звончее, хитрее.
14. Выберите вариант, в котором предложение образовано неправильно. 1. Этот дом более высок и красивый.
2. Нет ничего прекраснее морозного зимнего утра!
3. Думаешь, Анна моложе Веры?
15. Выберите вариант, в котором нужно заменить существительное, стоящее после числительного.
1. Они привезли в Магадан 5 тонн овощей.
2. Во время поездки туристы осмотрели 4 собора в Санкт-Петербурге.
3. Прошло 22 суток.
16. Выберите вариант, в котором числительное, стоящее перед существительным, выбрано неправильно. 1. Оба мальчика всегда относились к отчиму как к родному отцу.
2. Четверо офицеров показались на плацу.
3. На скамейке перед институтом сидели три девушки.
17. Выберите все возможные варианты, в которых числительное, стоящее перед существительным, выбрано неправильно. 1. Денег на покупку машины не было у обоих пенсионеров.

2. Обе часы сломались.
 3. У обоих братьев-близнецов жены тоже были близнецами.
18. Выберите все возможные варианты, в которых неправильно употребляются существительные в сочетании с дробными числительными
1. 34,5 процентов
 2. 1,5 километра
 3. 67, 8 секунд
19. Выберите все возможные неправильные варианты склонения числительных в книжной речи.
1. тысячей девятыюстами семьюдесятью тремя километрами
 2. с четыреста тридцатью рублями
 3. на семистах восьмидесяти пяти страницах
20. Выберите все возможные варианты неправильного образования предложений.
1. Студенчество доказало, что они могут самостоятельно принимать судьбоносные решения.
 2. Даже не знаю, куда можно положить свои книги...
 3. Наш друг, он замечательный человек.
21. Выберите все возможные варианты неправильного образования предложений.
1. Я попросил студента принести к себе диссертацию Иванова.
 2. Вернувшись, я обнаружил Сергея в своей комнате.
 3. Редактор попросил писателя вспомнить свои замечания.
22. Выберите вариант, в котором все формы глаголов носят просторечный характер.
1. выздоровлю, опостылеешь, мучаешь, обуславливает.
 2. рыскают, уполномачивать, опротивят, колыхает.
 3. подытоживает, сосредотачивать, машут, полощут.
23. Выберите вариант, в котором все формы глаголов образованы согласно нормам современного литературного языка.
1. взглянь, откупори, высунь, дои.
 2. положь, виждь, подымают, кудахтает
 3. поезжай, уведоь, закупорь, пойдн
24. Выберите вариант, в котором все глаголы в 1 лице. ед. ч. наст./буд. вр. имеют лакуны.
1. победить, тузить, окружать, галдеть.
 2. пылесосить, умертвить, очутиться, вечереть.
 3. дерзить, басить, носить, шkodить.
25. Выберите вариант, в котором все формы повелительного наклонения глаголов образованы правильно.
1. положить – положь, лезть – лезьте.
 2. ехать – поезжайте, лечь – лягте.
 3. класть - кладь, лазить – лазь.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля.

1.	Грамматические нормы русского языка – имя существительное.
2.	Грамматические нормы русского языка – имя прилагательное.
3.	Грамматические нормы русского языка – местоимение
4.	Грамматические нормы русского языка – имя числительное.
5.	Грамматические нормы русского языка – глагол.
6.	Синтаксические нормы русского языка – сложные случаи согласования.
7.	Синтаксические нормы русского языка – сложные случаи управления.
8.	Нормы произношения.
9.	Особенности русского ударения.
10.	Синонимы и их особенности.
11.	Антонимы и их особенности.
12.	Паронимы и их особенности.
13.	Омонимы и их особенности.
14.	Профессионализмы и их употребление.
15.	Диалектизмы. Понятие о говоре.
16.	Жаргоны и жаргонизмы.
17.	Неологизмы в русском языке XX–XXI века.
18.	Виды фразеологизмов в русском языке.
19.	Риторика и ее отношение к культуре речи.
20.	Образные средства русского языка.
21.	Ораторское искусство. Правила создания публичного доклада.
22.	Межстилевые жанры в системе стилей русского языка.
23.	Типы речи (повествование, описание, рассуждение).
24.	Точность как качество грамотной речи.
25.	Правильность как качество грамотной речи.
26.	Логичность как качество грамотной речи.
27.	Чистота как качество грамотной речи.
28.	Уместность как качество грамотной речи.
29.	Выразительность и богатство как качество грамотной речи.
30.	Литературный язык как высшая форма существования языка.
<i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i>	
Реферирование статьи А.А.Зализняка «О профессиональной и любительской лингвистике» (Журнал «Наука и жизнь», №1 и №2 за 2009): http://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/430720/O_professionalnoy_i_lyubitelskoy_lingvistike	
<i>Вопросы к зачету по дисциплине</i>	

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">1. Культура речи как научная и учебная дисциплина.2. Понятия "язык" и "речь".3. Устная и письменная речь.4. Литературный язык. Элементы, не входящие в литературный язык.5. Государственный язык (язык нации) и язык национальности.6. Основные качества речи. Правильность (нормированность) как основное качество речи.7. Точность как основное качество речи.8. Логичность как основное качество речи.9. Понятность как основное качество речи.10. Содержательность как основное качество речи.11. Чистота как основное качество речи.12. Выразительность и богатство как основное качество речи.13. Нормативный, коммуникативный и этический аспекты культуры речи.14. Понятие языковой нормы и ее основные признаки.15. Виды нормативных словарей.16. Нормы обязательные (императивные) и нормы варианты (диспозитивные).17. Орфоэпические нормы. Произношение согласных.18. Орфоэпические нормы. Произношение гласных.19. Орфоэпические нормы. Произношение иноязычных слов.20. Акцентологические нормы. Ударение в существительных.21. Акцентологические нормы. Ударение в прилагательных.22. Акцентологические нормы. Ударение в глаголах и их формах.23. Акцентологические нормы. Ударение в иноязычных словах.24. Лексические нормы. Образование синонимов.25. Лексические нормы. Образование антонимов.26. Лексические нормы. Использование паронимов.27. Лексические нормы. Виды омонимов.28. Лексические нормы. Русская фразеология.29. Морфологические нормы.30. Синтаксические нормы.31. Русский язык 18-19 вв.32. Русский язык советского периода и его характерные особенности.33. Современная языковая ситуация в России. |
|--|---|

Вопросы к экзамену по дисциплине

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">1. Происхождение и значение понятия «этикет». Виды этикета. |
|--|---|

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">2. История этикетных формул.3. Речевой этикет и речевые этикетные ситуации.4. Особенности русского речевого этикета.5. Межкультурные различия в речевом этикете.6. Культура речи и понятие «риторика».7. Риторика и оратор.8. Древнегреческая риторика и риторы.9. Ораторы Др.Рима. Становление риторики в период Средневековья.10. Развитие риторики в период Ренессанса.11. Развитие риторики в период Нового времени.12. Риторика в XIX в.13. Развитие риторики в XX–XXI веках.14. Стилистика и понятие "стиль речи". Жанры речи.15. Основные признаки научного стиля речи.16. Основные признаки официально-делового стиля речи.17. Основные признаки публицистического стиля речи.18. Основные признаки художественного стиля речи.19. Основные признаки разговорного стиля речи.20. Речевое событие и речевая ситуация как основополагающие понятия вербального взаимодействия.21. Речевое взаимодействие как трехуровневая структура.22. Подготовка публичного выступления. Основные части публичной речи и их особенности.23. Проблема классифицирования изобразительных средств речи. Изобразительность и выразительность речи.24. Словесные фигуры (прибавления и убавления, размещения и перестановки, фонетические и графические).25. Виды тропов.26. Речевые амплификации и их разновидности.27. Экспрессивная стилистика и неспециальные средства изобразительности.28. Изобразительные средства и доводы.29. Виды и функции деловых документов.30. Личные документы.31. Служебные документы.32. Распорядительные документы.33. Административно-организационные документы. |
|--|--|

	34. Информационно-справочные документы. 35. Деловые письма. 36. Особенности устной деловой коммуникации. Языковые модели речевых ситуаций делового разговора. 37. Особенности делового телефонного разговора. 38. Способы, формы, типы и методы рекламы. 39. Язык рекламы. Основные принципы составления рекламного текста. 40. Жанры рекламы.
Б1.О.02 Иностранный язык	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • задания по видам речевой деятельности, • лексико-грамматические тесты после каждого раздела. <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: • Извлечение информации при чтении художественной литературы с последующей ее передачей на иностранном / или русском языке; • Подготовка сообщения по теме; • Тестирование; • Письменный перевод текста соответствующего профиля обучения. При оценивании учитываются лексические и грамматические ошибки, их влияние на общее понимание текста. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта в 1, 2-ом семестрах и экзамена в 3-ем семестре. Объектом контроля являются коммуникативные умения во всех видах речевой деятельности, ограниченные тематикой и проблематикой изучаемых разделов курса. Оценочные средства - Отлично/зачтено: содержание дисциплины (модуля) полностью освоено, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалов сформированы, все, предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания, выполнены; уровень качества их выполнения оценен как высокий. - Хорошо/зачтено: содержание дисциплины (модуля) полностью освоено, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалов сформированы недостаточно, все, предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания, выполнены; уровень качества их выполнения оценен как продвинутый, но некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- Удовлетворительно/зачтено: содержание дисциплины (модуля) освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалов в основном сформированы, многие, предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания, не выполнены; либо качество выполнения некоторых из них соответствуют базовому уровню.

- Неудовлетворительно/не зачтено: содержание дисциплины (модуля) освоено частично, необходимые практические навыки не сформированы, большинство, предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) учебных заданий, не выполнено; либо качество выполнения оценено как несоответствующее базовому уровню; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.

Критерии оценки итогового контроля уровня знаний и умений в видах речевой деятельности:

1. Изучающее чтение. Форма контроля - письменный перевод.

Отлично - полный перевод (100%), адекватное смысловому содержанию текста изложение на русском языке.

Хорошо-полный перевод (100%), адекватное смысловому содержанию текста изложение на русском языке, допускаются 2-3 смысловых неточности/ошибки.

Удовлетворительно-неполный перевод (2/3 - 1/2), 2-3 неточности/ошибки в передаче смыслового содержания.

Неудовлетворительно-неполный перевод (менее 1/2), непонимание содержания текста, смысловые и грамматические ошибки.

2. Ознакомительное чтение. Форма контроля – устное изложение основного содержания на английском языке

Отлично- 100% понимания основного содержания текста.

Хорошо -100% - 75% понимания основного содержания текста, не более 2-3 неточностей.

Удовлетворительно-менее 75% (75% - 50%) понимания основного содержания, не более 2-3 неточностей.

Неудовлетворительно- менее 50% основного содержания текста, искажение его содержания.

3. Монологические высказывания.

Отлично-развернутое, полное, грамматически правильно оформленное высказывание (не менее 20-25 предложений).

Хорошо - полное высказывание, возможны 2-3 грамматические/лексические ошибки / фонетические неточности.

Удовлетворительно - неполное высказывание (около 50 % от требуемого объема).

Неудовлетворительно - неполное высказывание (менее 50% от требуемого объема) лексические, фонетические и грамматические ошибки.

4.Лексико-грамматический тест.

Отлично -100% - 90%

Хорошо - 89% - 75%

Удовлетворительно - 74% - 50%

Неудовлетворительно - менее 50 %.

Примеры тестовых заданий

Grammar:

1.Mary and John _____ to the theatre last Saturday.

A) didn't went B) don't go C) didn't go

2.He had breakfast _____ ago.

A) this morning B) three hours C) 7.30 a.m.

3. The buildings in Rome are _____ the buildings in Washington.

A) older than B) more older than C) much old than

4. This restaurant is very, very good. It's _____ restaurant in Moscow.

A) the better B) the good C) the best

5. _____ did you buy your anorak?' 'At a store in town.'

A) When B) Why C) Where

6.Jim _____ to Athens.

A) has never been B) has ever been C) hasn't never been

7. My favourite sport ... handball.

A) Are B) is C) be

8.My favourite sport ... handball.

A) are B) is C) be

9. This postcard is for Jim. Give it to ...

A) him B) he C) his

10. He often ... fish because it's good for him.

A) eats B) eat C) eates

11. She ... a letter now.

A) write B) is writing C) writes

12. ... you help me with my homework, please?

A) Will B) Do C) Are

13. London is ... than Boston.

A) Nosiest B) noisy C) noisier

14. Paris is the ... city I've ever seen.

A) beautiful B) more beautiful C) most beautiful

15. Are you _____ English teacher?
A) Maria B) Marias' C) Maria's
16. Bob will meet _____ at the airport.
A) us B) we C) our
17. _____ a bus stop near my flat.
A) It's B) Here's C) There's
18. Kamal has got a holiday home near _____ sea.
A) a B) the C) some
19. Peter has two ...
A) childs B) children C) childrens
20. There are many ... in the library.
A) dictionary B) dictionarys C) dictionaries
21. This is my ... car and this is my ... house.
A) Parents', brothers B) Parents', brother's C) Parent's, brother's
22. The train is ... than the horse.
A) Faster B) More fast C) More faster
23. He reads ... than this girl.
A) More bad B) Worse C) More worse
24. ... are you late again?
A) Where B) When C) Why
25. ... to listen to classic music?
A) Who likes B) Who does like C) Who like
26. ... have this book, please?
A) I may B) Can I to C) Can I
27. Oh, no, you ... take these magazines!
A) mustn't B) must C) mayn't
28. He ... come yesterday.
A) could B) can C) must
29. His new book ... in every book shop in the town.
A) Is sold B) Has sold C) Sold
30. The Arabic language ... in Turkey.
A) Not spoken B) Don't spoken C) Isn't spoken

Reading:

Televisions show sounds and pictures. They get data from cables, discs, or over-the-air signals. They turn this data into sounds and images. People watch news and shows on them. You probably call them TVs.

John Baird made the first TV in 1925. It had one color. It could only show 30 lines. This was just enough room for a face. It didn't work well, but it was a start.

The first TV station was set up in 1928. It was in New York. Few people had TVs. The broadcasts were not meant to be watched. They showed a Felix the Cat doll for two hours a day. The doll spun around on a record player. They were experimenting. It took many years to get it right.

By the end of the 1930s, TVs were working well. America got its first taste at the 1939 World's Fair. This was one of the biggest events ever. There were 200 small, black and white TVs set up around the fair. The U.S. President gave a speech over the TVs. The TVs were only five inches big but the people loved it.

They wanted TVs. But World War II was going on during this time. Factories were busy making guns and bombs. When the war was over, TV spread across the country.

By 1948 there were 4 big TV networks in America. They aired their shows from 8 to 11 each night. Local shows were aired at other times. Most of the time, nothing was shown at all. TV was not "always on" like it is now.

Color TVs came out in 1953. They cost too much money for most. Also, shows were aired in black and white. By 1965, color TVs were cheaper. TV stations started airing shows in color. People had to switch if they wanted to see the shows.

Now most TVs are high-def. This means that they have many lines on them. This makes the image clear. TVs have come a long way since Baird's 30 line set. High-def TVs have 1080 lines. There are state of the art sets called 4K TVs. These TVs have 3,840 lines. Some people watch TV in 3D. I wonder what they will come up with next. Smell-o-vision anyone?

1. When did color TVs come out?

- a. 1925
- c. 1939

- b. 1953
- d. 1965

2. Which was not true about the first TV?

- a. It could only show one color.
- c. It did not have sound.

- b. It only had 30 lines.
- d. It did not work well.

3. When did networks start showing programs in color?

- a. 1948
- c. 1965

- b. 1953
- d. 1939

4. Why did the first TV station only show Felix the Cat for two hours a day?

- a. They were running tests.

- b. Felix the Cat was really popular.

- c. Felix the Cat had been a big radio star.
 - d. Felix the Cat was the only show that they had.
5. Which of these events slowed the spread of TVs?
- a. The World's Fair of 1939
 - b. The Civil War
 - c. The election of the U.S. President.
 - d. World War II
6. What is the author's main purpose in writing this?
- a. He is trying to explain how a TV works.
 - b. He is telling readers how TVs became popular.
 - c. He is describing the history of the TV.
 - d. He is trying to get people to watch more TV.
7. Why did many families switch to color TVs in 1965?
- a. Color TVs cost a lot of money.
 - b. Many shows were only shown in color.
 - c. Color TVs came out in 1965.
 - d. World War II ended and troops returned home.
8. Why was 1939 an important year for TV?
- a. Many Americans were introduced to TV.
 - b. The first color TV was released.
 - c. The first TV station began broadcasting.
 - d. John Baird created the first TV.
9. How many lines does a 4K TV have?
- a. 30
 - b. 1,080
 - c. 4,000
 - d. 3,840
10. Which happened first?
- a. The 1939 World's Fair
 - b. The release of high-def TVs
 - c. The end of World War II
 - d. The release of color TVs

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

- About myself/ My family
- My native country/my native town
- Travel
- Holidays
- Cinema
- TV
- Internet
- Great Britain
- London
- The USA
- Washington

Тематика устных высказываний, презентаций

1. Портрет современной семьи страны изучаемого языка.
2. История России. Достопримечательности.
3. Достопримечательности родного города.
4. Как современные средства массовой информации влияют на жизнь людей.
5. Что я думаю о путешествии?
6. Мой любимый праздник.
7. Обычаи и традиции страны изучаемого языка, которые мне нравятся.
8. Достопримечательности стран изучаемого языка.
9. Современное искусство.
10. Моя будущая профессия.
11. Трудоустройство.
12. Мое резюме.

Вопросы к зачету по дисциплине «Иностранный язык»

1, 2 семестры

Письменная часть:

1. Лексико-грамматический тест - по материалам изученных модулей (45 минут).
2. Письменный перевод - аутентичный текст объемом 1000 – 1600 печ.зн. время 45–50 минут.

Устная часть:

1. Монологическое высказывание по одной из изученных тем. Не менее 20 предложений.
2. Чтение текста с кратким изложением прочитанного на иностранном языке (1200-2000 знаков, время на подготовку – 20-30 минут).
3. Коммуникативное задание по выбору преподавателя.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Иностранный язык»

	Итоговый контроль по завершении всего курса обучения в конце третьего семестра осуществляется в форме экзамена, включающего проверку качества формирования умений. Экзамен 3 семестр: Письменная часть: 1. Лексико-грамматический тест по материалам изученных разделов. - 90 минут. 2. Письменный перевод текста по изученной тематике объемом 1500 п.зн. за 45 минут. Устный часть: 1. Устная речь – Высказывание в объеме 15-20 предложений по одной из изученных тем. 1.1.Моя профессиональная сфера 1.2. Выдающиеся личности данной профессиональной сферы. 1.3. Моя будущая профессия 2. Чтение незнакомого иноязычного текста с кратким изложением прочитанного на иностранном языке. Объем – 10-15 предложений. Время для подготовки к ответу– 60 минут.
Б1.О.03 Философия	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • Устный опрос, письменные индивидуальные задания, по анализу проблемных ситуаций и понятийному анализу; • Выполнение домашних заданий; • Доклады, сообщения по вопросам к семинарским занятиям; • Тестирования по проблемным вопросам, тематически блокам, системам понятий, глоссарию. <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: • Устные опросы и ответы студентов по контрольным вопросам, доклады, сообщения по основным темам; • Практические работы, письменные индивидуальные задания; • Работа с первоисточниками, выдержками текстов из хрестоматий, конспектирование, анализ высказываний философов; • Реферативная работа, написание мини эссе, рефератов по основным философским проблемам. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта. Оценочные средства - Отлично/зачтено: содержание дисциплины (модуля) полностью освоено, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалов сформированы, все, предусмотренные рабочей

	программой дисциплины (модуля) учебные задания, выполнены; уровень качества их выполнения оценен как высокий. - Хорошо/зачтено: содержание дисциплины (модуля) полностью освоено, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалов сформированы недостаточно, все, предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания, выполнены; уровень качества их выполнения оценен как продвинутый, но некоторые виды заданий выполнены с ошибками. - Удовлетворительно/зачтено: содержание дисциплины (модуля) освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалов в основном сформированы, многие, предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания, не выполнены; либо качество выполнения некоторых из них соответствуют базовому уровню. - Неудовлетворительно/не зачтено: содержание дисциплины (модуля) освоено частично, необходимые практические навыки не сформированы, большинство, предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) учебных заданий, не выполнено; либо качество выполнения оценено как несоответствующее базовому уровню; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий. <i>Примеры тестовых заданий</i> ТЕСТ 1. 1. Выберите правильное определение: а) философия - это наука о наиболее общих законах развития природы, общества и человеческого мышления. б) философия - это познание вечного и непреходящего; в) философия - это познание причин и принципов сущего; г) философия - это учение о том, как жить; 2. Платон создал учение о... а) мире познания б) материальном мире в) мире идей и бессмертной душе г) о мире культуры 3. Характерной чертой философии средневековья является: а) теоцентризм б) пантеизм в) гелиоцентризм г) деизм 4. Идеи гуманизма, пантеизма, прометеизма наиболее ярко представлены в философии
--	--

- а) средних веков
- б) Античности
- в) Возрождения
- г) Нового времени

5.Какая проблема является центральной в философии Нового времени?

- а) Проблема знания.
- б) Проблема сущности и существования человека.
- в) Проблема бытия.
- г) Происхождение мира.

6. Главным предметом изучения человека Западной философией XX века является...

- а) биологическая природа человека
- б) Божественное начало
- в) харизма
- г) персонализм

7. Идеи соборности, общинности и мессианской роли русского народа выдвигали...

- а) марксисты
- б) космисты
- в) западники
- г) славянофилы

8.Какую проблему Ф.Энгельс назвал «основным вопросом философии»?

- а) Проблему отношения духа к природе, сознания к материи.
- б) Что первично? Материя или сознание?
- в) Познаем ли мир?
- г) Сущность и предназначение человека, его место в мире.

9. Выберите правильный вариант, раскрывающий суть учения

И. Канта о «вещи в себе»:

- а) признание объективности мира сочетается с невозможностью его постижения.
- б) отрицается объективное существование окружающего мира.
- в) признается объективность реального мира и возможность его адекватного отражения человеком.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля.

1. Предмет философии и специфика философского мышления.
2. Основной вопрос философии и возможные варианты его решения.
3. Проблема первоначала в философии досократиков (Фалес, Анаксимен, Анаксимандр, Гераклит, атомизм Демокрита).
4. Объективный идеализм Платона.

5. Философская система Аристотеля.
 6. Специфика и основные проблемы философии Средневековья.
 7. Философия Фомы Аквинского как образец схоластики.
 8. Философия эпохи Возрождения, её специфика и основные представители.
 9. Философия Нового времени, специфика и основные проблемы.
 10. Философия Просвещения.
 11. Философия Декарта, Спинозы и Лейбница.
 12. Критическая философия Канта и сущность его этической теории.
 13. Система и метод философии Гегеля.
 14. Антропологический материализм Фейербаха.
 15. Позитивизм как философия науки.
 16. Философская антропология XX в.
 17. Философия марксизма, социально-исторические условия ее возникновения.
 18. Экзистенциализм и его разновидности.
 19. Западная философия XX в.: основные идеи и представители (позитивизм, экзистенциализм, неотоцизм, их сущность).
 20. Русская философия, специфика и основные направления.
 21. Русская идея: спор славянофилов и западников.
 22. Русская религиозная философия, основные представители и сущность.
 23. Основные категории философии.
 24. Основные законы логики.
 25. Понятие и его логическая структура.
 26. Классификация и ее виды.
 27. Виды понятий.
 28. Суждение и его виды.
 29. Понятие и виды ценностей.
 30. Этика и этические ценности.
 31. Формы и методы научного познания.
 32. Эстетика и эстетические ценности.
 33. Проблема, гипотеза, теория.
 34. Умозаключение и его виды.
 35. Смысл человеческого бытия. Проблема жизни и смерти в духовном опыте человечества.
 36. Основные логические приемы образования понятий.
- Тематика эссе, рефератов, презентаций по дисциплине «Философия»*
1. Космология милетской школы.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">2. Учение Пифагора о числах.3. Сократ: человек – это его душа.4. Философское учение Платона.5. Философское учение Аристотеля.6. Философия Конфуция.7. Христианская философия Августина Блаженного.8. Теологическая система Фомы Аквинского.9. Основные идеи ренессансного гуманизма.10. Философия Бэкона.11. Философия Р.Декарта.12. Основные идеи французского материализма XVIII века.13. Философия И.Канта.14. Трансцендентальная философия И.Канта.15. Философия Г.Гегеля.16. Антропология Л.Фейербаха.17. «Преодоление человека» в философии Ф.Ницше.18. Феномен культуры в философии жизни О.Шпенглера.19. Проблема человека и смысл истории в экзистенциальной философии Карла Ясперса.20. Гуманистическая антропология Эриха Фромма.21. Альбер Камю о смысле жизни.22. Многообразие культур в современном обществе.23. Буддизм как мировая религия.24. Христианство как мировая религия.25. Ислам как мировая религия.26. Концепции исторического развития в трудах Н.Данилевского, А.Тойнби, О.Шпенглера.27. Деятельность «Римского клуба» и глобальные проблемы современности.28. Футурологические прогнозы будущего человечества.29. Междисциплинарные исследования.30. Герменевтический метод и его виды.31. Синергетика как методология.32. Комплексные исследования.33. Системно-структурный метод.34. Постструктурализм и его роль.35. Интерпретация как метод.36. Гипотеза и ее виды. |
|--|---|

Вопросы к зачету по дисциплине «Философия».

1. Понятие философии. Специфика философских проблем и структура философского знания.
2. Предмет философии, метод и цель философских рассуждений. Функции философии, её место в духовной культуре.
3. Мировоззрение: понятие, структура, уровни, элементы. Исторические типы мировоззрения.
4. Двенадцать тезисов об Античной культуре А.Ф.Лосева.
5. Зарождение древнегреческой философии. Милетская школа и первые натурфилософы.
6. Космология Гераклита, Пифагора и пифагорейцев.
7. Проблема бытия в элейской философии. Парменид и Зенон.
8. Первоначала в учении Демокрита. Понятие бытия и его основные характеристики.
9. Проблема человека и его сущности в Античной философии средней классики. Софисты и Сократ.
10. Философия Платона: учение о бытии, человеке и государстве.
11. Метафизика Аристотеля.
12. Логика Аристотеля и ее методологическая роль.
13. Особенности философской проблематики эпохи эллинизма: философия киников, скептиков, эпикурейцев и стоиков.
14. Основные принципы и особенности философского мировоззрения эпохи средневековья. Патристика и философия А.Августина.
15. Основные принципы, постулаты, идеи и методы схоластики. Фома Аквинский и проблема бытия.
16. Эпоха Возрождения: специфика философского мировоззрения и культуры. Italian гуманисты о человеке.
17. Натурфилософия и новое естествознание эпохи Возрождения. Н.Кузанский, Д.Бруно, Г.Галилей.
18. Философия Нового времени XVII века. Ф.Бэкон, «Новый Органон», проблема метода.
19. Р.Декарт: рационалистический метод и метафизические начала.
20. Обоснование эмпиризма. Дж.Локк и Т.Гоббс.
21. Метафизические концепции Б.Спинозы и Г.Лейбница.
22. Субъективный идеализм Дж.Беркли и Д.Юма.
23. Философские идеи эпохи Просвещения XVIIIв.
24. Метод трансцендентального идеализма И.Канта.
25. Механизмизм как методология.
26. Диалектический метод и логика Гегеля
27. Антропологический метод Л.Фейербаха.
28. Марксистская философия XIXв. К.Маркс и Ф.Энгельс.

	29. Философский иррационализм А.Шопенгауэра и Ф.Ницше. <i>Вопросы к экзамену по курсу «Философия»</i> 1. Понятие философии, её предназначение и смысл, специфика философских проблем и структура философского знания. 2. Предмет, метод и цель философского знания, особенности философской рефлексии, функции философии. 3. Мировоззрение: понятие, элементы, структура, уровни. Исторические типы мировоззрения. 4. Специфика Античной культуры и мировоззрения, основные проблемы и особенности натурфилософии ранней классики. 5. Проблема человека, познания, нравственности в философии софистов и Сократа. 6. Философия Платона: учение о бытии, человеке и государстве. 7. Метафизика Аристотеля, учение о бытии, субстанции, материи. 8. Особенности философской проблематики эпохи эллинизма: философия киников, скептиков, эпикурейцев и стоиков. 9. Средневековая философия V-XV веков: патристика и схоластика, основные проблемы, методы, идеи и представители. 10. Философия эпохи Возрождения XV-XVI вв. Гуманизм и гуманисты, натурфилософские идеи Н.Кузанского, Д.Бруно, Г.Галилея. 11. Философия Нового времени XVII в. Ф.Бэкон, проблема метода. 12. Философия Р.Декарта: проблема метода и метафизика. 13. Особенности эмпиризма Д.Локка и Т.Гоббса. 14. Метафизические концепции Б.Спинозы и Г.Лейбница. 15. Философия субъективного идеализма Д.Беркли и Д.Юма. 16. Философские идеи эпохи Просвещения XVIII в. Механистический материализм. 17. Трансцендентальная философия И.Канта. 18. Проблема человека, нравственности и свободы в философии И.Канта. 19. Немецкая классическая философия. Фихте и Шеллинг. 20. Система абсолютного идеализма Г.В.Гегеля. диалектический метод. 21. Антропологический материализм Л.Фейербаха. 22. Социально-философское учение марксизма XIX в. К.Маркс и Ф.Энгельс. 23. Философский иррационализм и волюнтаризм. С.Кьеркегор, А.Шопенгауэр, Ф.Ницше. 24. Философия позитивизма, неопозитивизма и постпозитивизма. 25. Особенности русской философской мысли на рубеже XIX-XX веков, историософские идеи славянофилов и западников. 26. Русская религиозная философия В.Соловьев и Н.А.Бердяев.
--	---

	27. Современная западная философия: феноменология и герменевтика. 28. Основные идеи, проблемы и понятия философии экзистенциализма. М.Хайдеггер, Ж.-П.Сартр, А.Камю, К.Ясперс. 29. З.Фрейд и философия психоанализа XXв. Неофрейдизм К.Юнг, Э.Фромм. 30. Философская антропология XIX-XXвв.: основные идеи о человеке. 31. Основные философские категории и их методологическая роль. 32. Метод и методология. 33. Системный, комплексный и междисциплинарный методы. 34. Логика и ее законы. 35. Понятие как форма мышления и способы его образования (сравнение, анализ и синтез, абстрагирование, обобщение). 36. Виды понятий и их логическая характеристика. 37. Классификация и ее виды. 38. Принцип причинности и проблема детерминизма. 39. Умозаключение и его виды: индукция, дедукция, аналогия. 40. Проблема, гипотеза, теория и их взаимосвязь. 41. Синергетика как новое мировидение, её основные принципы, идеи, понятия. 42. Суждение и его виды. 43. Понятие и виды ценностей. 44. Эстетическое познание, эстетические ценности и их виды. 45. Понятие практической философии и ее виды. 46. Этика, этические категории и ценности.
Б1.О.04 История	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. В их числе – посещение лекционных и семинарских занятий, работа на семинарских занятиях, выполнение письменных заданий (эссе, рефератов), выполнение заданий в период контрольных срезов, участие студентов в научных конференциях и публикация ими научных работ по тематике, связанной с преподаваемой дисциплиной, промежуточный контроль (зачёты и экзамены) При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на семинаре учитываются: - степень раскрытия содержания материала; - изложение материала (грамотность речи, точное использования терминологии и символики логическая последовательность изложения материала); - знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков. При оценивании контрольной работы, эссе оцениваются:

- полнота выполненной работы:
 - обоснованность содержания и выводов работы:
- Промежуточный контроль* по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта (1, семестр) и экзамена (2 семестр).
- Примеры контрольных заданий к разделу 1.*
1. Основные теории происхождения человека
 2. Основные признаки первобытного общества
 3. Источники по истории первобытного общества
 4. Периодизация истории первобытного общества
 5. Политогенез и его пути
 6. Становление патриархата
 7. Хронологические и территориальные рамки Древнего Востока
 8. Специфика древневосточных государств
 9. Шумер и Аккад
 10. Древний Египет
 11. Древние государства Малой и Передней Азии.
 12. Финикия, Иудея и Израиль
 13. Древний Китай
 14. Древняя Индия
 15. Юго-Восточная Азия в древности
 16. Понятие античности и античного общества.
 17. Границы античного мира.
 18. Общественные отношения в античном обществе.
 19. Периодизация истории древней Греции.
 20. Архаическая Греция. Полисная община. Демос.
 21. Отличия полиса от древневосточных городов-государств.
 22. Великая греческая колонизация.
 23. Гомеровский вопрос.
 24. «Тёмные века» Древней Греции.
 25. Мифологическое отражение минойского и гомеровского периодов древнегреческой истории.
 26. Греко-персидские войны.
 27. Возвышение Афин. Кризис полисной системы.
 28. Установление в Греции македонской гегемонии.
 29. Восточный поход Александра Македонского и его держава.
 30. Возникновение, развитие эллинистических государств и кризис эллинистической системы.

	31. Объединение Средиземноморья под властью Рима. 32. Римская республика. 33. Римская империя. <i>Примеры контрольных заданий к разделу 2.</i> 1. Падение Западной Римской Империи. 2. Раннефеодальные государства Западной Европы. 3. Великое переселение народов. 4. Возникновение ислама. 5. Арабское завоевание. Государственное устройство арабского халифата. 6. Византия в мировой истории и культуре 7. Варварские королевства в Европе и их историческая роль 8. Священная Римская империя. 9. Хронологические рамки и определение позднего средневековья. Реформация и культура. Столетняя война и османское завоевание. 10. Эпоха Возрождения: хронология и характерные черты. 11. Проблема этногенеза восточных славян. Племенные союзы. 12. Формирование древнерусской государственности. 13. Крещение Руси. 14. Ярослав Мудрый и Владимир Мономах. 15. Феодалная раздробленность. 16. Татаро-монгольское иго 17. Политика московских князей по восстановлению единства русских земель. Иван Калита. 18. Куликовская битва. 19. Иван Третий. Стояние на реке Угре. 20. Правление Ивана Грозного. 21. Расширение границ Московского государства. 22. Ливонская война. 23. Причины смутного времени. 24. Роль иностранных интервентов и внутриаполитических противоречий в русском государстве. 25. Ополчение 1612 г. Минин и Пожарский. 26. Правление династии Романовых в России: XVII век. <i>Примеры контрольных заданий к разделу 3.</i> 1. Предпосылки буржуазных революций в Европе и Северной Америке. 2. Английская революция. 3. Война за независимость США.
--	---

4. Французская революция конца XVIII века.
 5. Социально-экономическое и политическое развитие Европы и США в первой половине XIX века.
 6. Революции 20 – 40 –х гг. XIX века.
 7. Международные отношения в XVII - XVIII вв.».
 8. Реформаторская деятельность Петра Первого. Великое посольство. Реформа государственного управления.
 9. Реформаторская деятельность Петра Первого. Военная реформа. Преобразования в гуманитарной сфере.
 10. Дворцовые перевороты. Сущность и основные этапы периода.
 11. Северная война.
 12. Русско-турецкие войны XVIII века.
 13. Манифест 1783 года. Георгиевский трактат.
 14. Восстания под руководством К. Булавина и Е. Пугачева.
 15. Социально-экономическое и политическое устройство России в начале XIX века. Деятельность Александра I.
 16. Возникновение тайных обществ в России. Декабристы.
 17. Россия в наполеоновских войнах в 1804-1812 гг.
 18. Отечественная война 1812 года. Заграничный поход русской армии 1813-1814 гг.
 19. Культура «золотого века» русского искусства.
 20. Великие реформы Александра II. Отмена крепостного права и ее ограниченный характер.
 21. Великие реформы Александра II: местного управления, судебная, военная и др.
 22. Деятельность Александра III.
 23. Крымская война и ее последствия.
 24. Русско-турецкая война 1877-1878 гг.
 25. Общественно-политические движения в России в XIX веке».
- Примеры контрольных заданий к разделу 4.*
1. Экономическое и социальное развитие России на рубеже XIX – XX вв.
 2. Политические партии России в начале XX века.
 3. Русско-японская война 1904-1905 гг.
 4. Революция 1905-1907 гг.
 5. Деятельность П.А. Столыпина.
 6. Россия в Первой мировой войне.
 7. Свержение самодержавия.
 8. Деятельность и кризисы временного правительства.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">9. Октябрьская революция 1917 года.10. Обострение положения в России в марте 1918 г. Л.Г. Корнилов на Дону и Кубани.11. Чехословацкий корпус. А.В. Колчак.12. Политика «военного коммунизма».13. Военные события 1919-1920 гг.14. Советско-польская война.15. Боевые действия на Дальнем Востоке.16. Восстания (мятежи) в Кронштадте и Тамбовской губернии.17. Новая экономическая политика (НЭП).18. Создание СССР.19. Политическая борьба в руководстве страны и установление личной власти И.В. Сталина.20. Индустриализация.21. Коллективизация.22. Культурная революция.23. Преодоление дипломатической блокады СССР.24. Борьба за коллективную безопасность в Европе.25. Бои на озере Хасан и реке Халхин-Гол.26. Договор о ненападении с Германией.27. Советско-финская война».28. Вторжение фашистской Германии и ее союзников в СССР. Московская битва.29. Коренной перелом в ходе войны и изгнание врага с территории СССР.30. Сталинградская битва.31. Битва на Курской дуге.32. Форсирование Днепра. Операция «Багратион».33. Освобождение Восточной Европы.34. Берлинская и Пражская операции.35. Всемирно-историческое значение разгрома фашистской Германии и ее союзников.36. Разгром милитаристской Японии.37. Послевоенное устройство мира. Холодная война.38. Участие СССР в войне в Корее 1950-1953 гг.39. Участие СССР в ближневосточном конфликте.40. Карибский кризис.41. Поддержка Советским Союзом Северного Вьетнама в войне с США.42. Разрядка и обострение международной напряженности в 70-х - начале 80-х гг. XX века.43. СССР в период «перестройки». |
|--|--|

	44. Политика «ускорения» и «перестройки». 45. Основные этапы политики «перестройки». Ее внутренние и международные аспекты. Экономические, социальные трудности и национальные проблемы позднего СССР. 46. СССР: политика «нового мышления» и отношения с Западом. 47. М.С. Горбачев и его внешнеполитическая линия. Демонтаж социалистической системы в Европе. 48. Разрушение Советского Союза. 49. Социально экономическое и политическое развитие постсоветской России. «Шоковая терапия». Приватизация. 50. Восстановление экономики России в начале XXI века. Социальная политика и национальные проекты. 51. Восстановление Россией роли великой державы.
Б1.О.05 Безопасность жизнедеятельности	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля: текущий и рубежный. Формы самостоятельной работы: подготовка реферата, выполнение контрольных заданий. Формы работы на семинарских занятиях: участие в обсуждении, выступление с кратким сообщением, докладом. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> Каждый вариант контрольного задания включает 25 тестовых вопросов, на каждый из которых предлагается несколько ответов. Студент должен указать только один правильный ответ и обвести его кружком. Вариант № 1 1. Федеральный закон "О безопасности" определяет понятие безопасности как: а) систему правовых, социально - экономических, научно - технических, санитарно гигиенических и других мер, направленных на обеспечение жизненно важных интересов личности, общества и государства; б) область научных знаний, в которой изучаются опасности, угрожающие человеку и природно-техногенной среде, закономерности их проявления, способы предупреждения и защиты от них; в) состояние защищенности человека, природной и техногенной среды; г) состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз; 2. Как называется наружная оболочка земли? а) биосфера б) гидросфера в) атмосфера г) литосфера

3. Разносторонний процесс человеческих условий для своего существования и развития – это?
- а) жизнедеятельность
 - б) деятельность
 - в) безопасность
 - г) опасность
4. Какие из ниже перечисленных высказываний относительно электрического тока являются верными:
- а) основным фактором, обуславливающим исход поражения электрическим током является полное электрическое сопротивление человека;
 - б) шаговое напряжение – это напряжение, возникающее при прохождении тока по пути – рука - ноги;
 - в) в зависимости от исхода поражения током электрический шок делится на четыре уровня: I - судорожное сокращение мышц без потери сознания, II – сокращение мышц, потеря сознания, III – потеря сознания, нарушение сердечной деятельности или дыхания. IV – клиническая смерть;
 - г) наиболее опасны петли тока – голова-ноги, голова-руки;
5. Сколько функций БЖД существует?
- а) 2 б) 1 в) 3 г) 5
6. Все методы уничтожения микроорганизмов под воздействием высокой температуры называются:
- а) тиндализацией;
 - б) стерилизацией;
 - в) пастеризацией;
 - г) кипячением;
7. Мониторинг - это:
- а) деятельность по осуществлению независимых вневедомственных мероприятий, проводимых на основе договора и заключающихся в сборе и оценке информации о состоянии безопасности объекта или системы;
 - б) информационная система наблюдений, оценки и прогноза изменений в состоянии объекта, предназначенная для анализа информации и обеспечения ею заинтересованных организаций и населения;
 - в) автоматизированная система сбора, обработки, хранения и передачи информации заинтересованным организациям и населению;
 - г) составная часть экспертизы;
8. Производственный контроль в области безопасности осуществляют следующие органы:
- а) органы прокуратуры;
 - б) объединения граждан;
 - в) Министерства и ведомства;
 - г) профсоюзы;

9. Безопасность – это?

- а) состояние деятельности, при которой с определённой уверенностью исключается проявление опасности
- б) разносторонний процесс создания человеческим условием для своего существования и развития
- в) сложный биологический процесс, который происходит в организме человека и позволяет сохранить здоровье и работоспособность
- г) центральное понятие БЖД, которое объединяет явления, процессы, объекты, способные в определённых условиях принести убытие здоровью человека.

10. Цель БЖД как науки

- а) безопасность
- б) опасность
- в) риск
- г) таксономия

11. Здоровье

- а) наука, изучающая строение тела человека;
- б) главная функция живой материи;
- в) отражение психических функций человека;
- г) полное физическое, психическое и социальное благополучие, и отсутствие болезней или физических дефектов;

12. Риск

- а) номенклатура опасности;
- б) количественная оценка опасности;
- в) условия, при которых реализуются потенциальные опасности;
- г) поиск причин.

13. Идентификация опасности

- а) деятельность, связанная с повышенной опасностью для окружающих;
- б) процесс превращения атомов и молекул в ионы;
- в) процесс распознавания образа опасности, установление возможных причин, пространственных и временных координат, вероятности проявления, величины и последствий опасности;
- г) последовательное достижение целей.

14. Если землетрясение застало Вас в дороге:

- а) увеличьте скорость движения;
- б) поставьте машину в укрытие;
- в) выйдите из машины и займите ближайшее укрытие;
- г) немедленно остановите машину.

15. Какие опасности относятся к техногенным?
- а) геологические;
 - б) производственные аварии и катастрофы;
 - в) большой или маленький уровень грунтовых вод;
 - г) геофизические.
16. В России деятельность вулканов наблюдается в районах:
- а) Сибири;
 - б) Северного Кавказа;
 - в) Южного Урала;
 - г) Камчатки и Курильских островов.
17. Одна из главных мер защиты от землетрясения
- а) верхние этажи зданий;
 - б) не поддаваться панике;
 - в) подвальные помещения;
 - г) подземные сооружения.
18. Какие опасности классифицируются по происхождению?
- а) антропогенные;
 - б) импульсивные;
 - в) кумулятивные;
 - г) биологические.
19. По времени действия негативные последствия опасности бывают?
- а) смешанные;
 - б) импульсивные;
 - в) техногенные;
 - г) экологические.
20. Что относится к психическому раздражению?
- а) рассеянность, резкость, воображение;
 - б) грубость, мышление, резкость;
 - в) мышление, грубость, воображение;
 - г) рассеянность, резкость, грубость.
21. Что обеспечивает защищённость человека от стресса?
- а) пространственный комфорт;
 - б) тепловой комфорт;
 - в) социально-психические потребности;
 - г) экономические потребности.

22. Работоспособность характеризуется:
- а) количеством выполнения работы;
 - б) количеством выполняемой работы;
 - в) количеством и качеством выполняемой работы;
 - г) количеством и качеством выполняемой работы за определённое время.
23. Переохлаждение организма может быть вызвано:
- а) повышением температуры;
 - б) понижением влажности;
 - в) при уменьшении теплоотдачи;
 - г) при понижении температуры и увеличении влажности.
24. Землетрясения во сколько баллов не представляет особой опасности?
- а) 7; б) 1-6; в) 8; г) 9.
25. Ураган относится к опасностям в:
- а) литосфере;
 - б) атмосфере;
 - в) не относится к опасностям;
 - г) гидросфере.

Вариант № 2

1. Структура правовой базы в области безопасности жизнедеятельности имеет следующий состав и иерархию:
- а) Конституция РФ - нормы международного права - федеральные законы - Указы президента РФ и Постановления Правительства РФ - общегосударственные нормативные документы - ведомственные акты - локальные нормы;
 - б) нормы международного права - Конституция РФ - Указы президента РФ и Постановления Правительства РФ - федеральные законы - общегосударственные нормативные документы - ведомственные акты - локальные нормы;
 - в) нормы международного права - Конституция РФ - федеральные законы - Указы президента РФ и Постановления Правительства РФ - общегосударственные нормативные документы - ведомственные акты - локальные нормы;
 - г) нормы международного права - Конституция РФ - федеральные законы - Указы президента РФ и Постановления Правительства РФ - общегосударственные нормативные документы - локальные нормы;
2. Сколько функций БЖД существует?
- а) 2 б) 1 в) 3 г) 5
3. Живое вещество планеты называется:

- а) ноосферой;
 - б) биотой;
 - в) биосферой;
 - г) биосинтезом;
4. Водяной пар в атмосфере играет роль фильтра от:
- а) солнечная радиация
 - б) метеориты
 - в) гамма-излучение
 - г) солнечная энергия
5. Биосфера, преобразованная хозяйственной деятельностью человека – это?
- а) ноосфера
 - б) техносфера
 - в) атмосфера
 - г) гидросфера
6. Целью БЖД является?
- а) сформировать у человека сознательность и ответственность в отношении к личной безопасности и безопасности окружающих;
 - б) защита человека от опасностей на работе и за её пределами;
 - в) научить человека оказывать самопомощь и взаимопомощь;
 - г) научить оперативно ликвидировать последствия ЧС.
7. Что такое ноосфера?
- а) биосфера, преобразована хозяйственной деятельностью человека;
 - б) верхняя твёрдая оболочка земли;
 - в) биосфера, преобразована научным мышлением и её полностью реализует человек;
 - г) наружная оболочка земли.
8. Какая из оболочек земли выполняет защитную функцию от метеоритов, солнечной энергией и гамма-излучения?
- а) гидросфера
 - б) литосфера
 - в) техносфера
 - г) атмосфера
9. Разносторонний процесс человеческих условий для своего существования и развития – это?
- а) жизнедеятельность
 - б) деятельность
 - в) безопасность

- г) опасность
10. Безопасность – это?
- а) состояние деятельности, при которой с определённой имоверностью исключается проявление опасности
- б) разносторонний процесс создания человеческим условием для своего существования и развития
- в) сложный биологический процесс, который происходит в организме человека и позволяет сохранить здоровье и работоспособность
- г) центральное понятие БЖД, которое объединяет явления, процессы, объекты, способные в определённых условиях принести убытие здоровью человека
11. Как называется процесс создания человеком условий для своего существования и развития?
- а) опасность
- б) жизнедеятельность
- в) безопасность
- г) деятельность
12. Какие опасности относятся к техногенным?
- а) геологические;
- б) производственные аварии и катастрофы;
- в) большой или маленький уровень грунтовых вод;
- г) геофизические.
13. Какие опасности классифицируются по происхождению?
- А) антропогенные
- Б) импульсивные
- В) кумулятивные
- Г) биологические
14. По времени действия негативные последствия опасности бывают?
- а) смешанные
- б) импульсивные
- в) техногенные
- г) экологические
15. К экономическим опасностям относятся?
- а) природные катаклизмы
- б) наводнения
- в) производственные аварии
- г) загрязнение среды обитания
16. Опасности, которые классифицируются согласно стандартам:

- А) биологические
 - Б) природные
 - В) антропогенные
 - Г) экономические
17. Состояние, при котором потоки соответствуют оптимальным условиям взаимодействия – это?
- а) опасное состояние
 - б) допустимое состояние
 - в) чрезвычайно – опасное состояние
 - г) комфортное состояние
18. Сколько аксиом науки БЖД вы знаете?
- а) 10 б) 5 в) 7 г) 4
19. Состояние, при котором потоки за короткий период времени могут нанести травму, привести к летальному исходу?
- а) опасное состояние
 - б) чрезвычайно опасное состояние
 - в) комфортное состояние
 - г) допустимое состояние
20. В скольких %-ах причин аварии присутствует риск в действии или бездействии на производстве?
- а) 70% б) 50% в) 90% г) 100%
21. Какое желаемое состояние объектов защиты?
- а) безопасное
 - б) допустимое
 - в) комфортное
 - г) опасное
22. Ураган в 7 баллов характеризуется:
- а) необычайно сильный, ветер ломает толстые деревья
 - б) очень сильный, людям тяжело двигаться против ветра
 - в) шторм, ветер сносит лёгкие строения
 - г) сильный шторм, ветер валит крепкие дома
23. Что относится к опасностям в гидросфере?
- а) сильные заносы и метели
 - б) наводнения
 - в) схождения снежных лавин
 - г) оползни
24. При наших опасностях человек теряет возможность ориентироваться, теряет видимость?

- а) ураган
 - б) землетрясение
 - в) снежные заносы и метели
 - г) оползни
25. Выберите верное утверждение:
- а) шторм, ветер сносит лёгкие строения – землетрясение в 7 баллов
 - б) необычайно сильный, ветер ломает толстые стволы – ураган в 10 баллов
 - в) очень сильное, рушатся отдельные дома – землетрясение в 8 баллов
 - г) сильный шторм, ветер вырывает с корнем деревья, валит крепкие дома – ураган в 10 баллов.
- Вариант № 3
1. Целью БЖД является?
- а) сформировать у человека сознательность и ответственность в отношении к личной безопасности и безопасности окружающих;
 - б) защита человека от опасностей на работе и за её пределами;
 - в) научить человека оказывать самопомощь и взаимопомощь;
 - г) научить оперативно ликвидировать последствия ЧС.
2. Страхование - это:
- а) выделение из бюджета денежных средств, предназначенных для возмещения ущерба, вызванного неблагоприятными событиями;
 - б) возмещения ущерба пострадавшему, вызванного неблагоприятными событиями, за счет средств виновного физического или юридического лица;
 - в) добровольное или обязательное отчисление средств физическими или юридическими лицами во внебюджетные фонды;
 - г) создание за счет денежных средств предприятий, организаций, граждан специальных резервных фондов, предназначенных для возмещения ущерба, вызванного неблагоприятными событиями;
3. Биосфера, преобразованная хозяйственной деятельностью человека – это?
- а) ноосфера
 - б) техносфера
 - в) атмосфера
 - г) гидросфера
4. Какое из высказываний о человеке является верным:
- а) основные параметры звуковых сигналов, уровень звукового давления и частоту человек субъективно воспринимает как высоту и громкость звука;
 - б) чихание является защитной реакцией организма;
 - в) человек воспринимает только три цвета – красный, зеленый, желтый;

- г) температурная чувствительность свойственна только человеку.
5. Предельно допустимый выброс - это:
- а) концентрация вещества в отходящих газах, максимально допустимая к выбросу в атмосферу в единицу времени;
 - б) масса вещества в отходящих газах, максимально допустимая к выбросу в атмосферу;
 - в) концентрация вещества в отходящих газах, максимально допустимая к выбросу в атмосферу;
 - г) масса вещества в отходящих газах, максимально допустимая к выбросу в атмосферу в единицу времени.
6. Вредный производственный фактор - это:
- а) фактор, воздействие которого на работающего приводит к травме;
 - б) фактор, воздействие которого на работающего приводит к профзаболеванию;
 - в) понятие отменено новым (1999 г) ФЗ "Об основах охраны труда в РФ";
 - г) фактор химической и биологической природы.
7. Участки территории Российской Федерации, где в результате хозяйственной и иной деятельности происходят устойчивые отрицательные изменения в окружающей природной среде, угрожающие здоровью населения, состоянию экологических систем, генетических фондов растений и животных, называются:
- а) зоной чрезвычайной экологической ситуации;
 - б) урбанизированной территорией;
 - в) зоной экологического бедствия;
 - г) агломерацией.
8. Живое вещество планеты называется:
- а) ноосферой;
 - б) биотой;
 - в) биосферой;
 - г) биосинтезом.
9. По времени действия негативные последствия опасности бывают?
- а) смешанные;
 - б) импульсивные;
 - в) техногенные;
 - г) экологические.
10. Состояние, при котором потоки за короткий период времени могут нанести травму, привести к летальному исходу?
- а) опасное состояние;
 - б) чрезвычайно опасное состояние;

- в) комфортное состояние;
г) допустимое состояние.
11. Что обеспечивает защищённость человека от стресса?
- а) пространственный комфорт;
б) тепловой комфорт;
в) социально-психические потребности;
г) экономические потребности.
12. Какие предприятия наиболее опасны при загрязнении почвенного покрова?
- а) предприятия пищевой промышленности;
б) предприятия медико-биологической промышленности;
в) предприятия цветной и чёрной металлургии;
г) предприятия бумажной промышленности.
13. Неожиданное освобождение потенциальной энергии земных недр, которая принимает форму ударных волн?
- а) землетрясение;
б) оползни;
в) ураган;
г) смерч.
14. При землетрясении в 11 баллов наблюдается:
- а) трещины в грунте;
б) горные обвалы;
в) катастрофа, повсеместные разрушения зданий изменяется уровень грунтовых вод;
г) трещины в земной коре до 1 метра.
15. К опасностям литосфере относятся:
- а) ураган;
б) смерч;
в) землетрясение;
г) наводнение.
16. Оползни могут привести и:
- а) появление трещин в грунте;
б) горным обвалом;
в) изменению уровня грунтовых вод;
г) повреждение трубопроводов, линий электропередач.
17. К опасностям литосфере относятся:
- а) ураган;

- б) смерч;
- в) землетрясение;
- г) наводнение.

18. Циклон, в центре которого очень низкое давление, а ветер имеет большую скорость и разрушающую силу – это:

- а) ураган;
- б) сходжение снежных лавин;
- в) смерч;
- г) оползни.

19. Что относится к опасностям в гидросфере?

- а) сильные заносы и метели;
- б) наводнения;
- в) схождения снежных лавин;
- г) оползни.

20. При наших опасностях человек теряет возможность ориентироваться, теряет видимость?

- а) ураган;
- б) землетрясение;
- в) снежные заносы и метели;
- г) оползни.

21. По времени действия негативные последствия опасности бывают?

- а) смешанные
- б) импульсивные
- в) техногенные
- г) экологические

22. К экономическим опасностям относятся?

- а) природные катаклизмы
- б) наводнения
- в) производственные аварии
- г) загрязнение среды обитания.

23. Здоровье

- а) наука, изучающая строение тела человека;
- б) главная функция живой материи;
- в) отражение психических функций человека;
- г) полное физическое, психическое и социальное благополучие, и отсутствие болезней или физических дефектов;

24.Риск

- а) номенклатура опасности;
- б) количественная оценка опасности;
- в) условия, при которых реализуются потенциальные опасности;
- г) поиск причин.

25. Идентификация опасности

- а) деятельность, связанная с повышенной опасностью для окружающих;
- б) процесс превращения атомов и молекул в ионы;
- в) процесс распознавания образа опасности, установление возможных причин, пространственных и временных координат, вероятности проявления, величины и последствий опасности;
- г) последовательное достижение целей.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Предмет, задачи и методы научной дисциплины Безопасность жизнедеятельности.
2. Основные понятия, категории и положения учебной дисциплины.
3. Концепция приемлемого (допустимого) риска. Управление риском. Системный анализ безопасности. Методы анализа безопасности систем.
4. Основные классы принципов безопасности жизнедеятельности - ориентирующие и организационные.
5. Основные классы принципов безопасности жизнедеятельности – технические и управленческие. Методы обеспечения безопасности.
6. Понятие об индивидуальном и популяционном здоровье человека. Влияние факторов и условий окружающей среды на состояние здоровья человека.
7. Управление факторами среды. Человек как элемент системы - «человек- среда». Совместимость элементов системы «человек - среда».
8. Стресс как целесообразная защитная реакция организма человека и механизм активизации его адаптивных возможностей в экстремальных условиях.
9. Классификация форм психического напряжения. Факторы, повышающие напряжение.
10. Классификация социальных опасностей и их причины. Виды социальных опасностей.
11. Виды литосферных опасностей. Профилактические мероприятия.
12. Гидросферные и атмосферные опасности. Защитные мероприятия и сооружения.
13. Космические опасности. Астероиды и защитные ракетно-ядерные технологии. Солнечная радиация, её влияние на фотобиологические процессы. Способы защиты от солнечной радиации.
14. Способы защиты от возбудителей инфекционных болезней Бактериологическое нормирование. Дезинфекция и дезинсекция.
15. Механические опасности - вибрации, шум, инфразвук, ультразвук. Их физические характеристики,

нормирование и защита.

16. Электрический ток. Действие тока на человека. Электрические травмы. Электрический удар. Электрический шок. Факторы, определяющие опасность поражения электрическим током. Технические способы и средства защиты.

17. Электростатическое напряжение. Защита от статического электричества.

18. Электромагнитные поля (ЭМП). Источники ЭМП и классификация электромагнитных излучений. Воздействие ЭМП на организм человека.

19. Факторы риска при работе с компьютерами и рекомендации для защиты от ЭМП при эксплуатации компьютеров.

20. Лазерное излучение. Классы лазеров, нормирование лазерного излучения, способы и меры защиты.

21. Неинтенсивные излучения оптического диапазона. Естественное и искусственное освещение.

Нормирование и расчет освещенности.

22. Ионизирующее излучение. Биологическое действие ионизирующего излучения. Нормирование радиационной безопасности. Защита от ионизирующего излучения.

23. Природные системы и основные градации их состояния. Источники экологических опасностей. Тяжелые металлы и опасность их для здоровья человека. Пестициды - как наиболее опасная группа ядохимикатов.

24. Воздух как фактор среды обитания. Химический состав воздуха. Методы санитарно-химического анализа воздуха. Негативные последствия загрязнения атмосферы.

25. Международное сотрудничество в области безопасности жизнедеятельности и охраны окружающей среды.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Воздействие негативных факторов на человека и среду обитания.

2. Защита от естественных опасностей обеспечением комфортных условий жизнедеятельности.

3. Основные понятия и определения, причины возникновения и классификация ЧС.

4. Классификация ЧС мирного времени, природного характера и техногенного характера.

5. Характеристика ЧС военного времени.

6. Поражающие факторы чрезвычайных ситуаций военного времени.

7. Единая государственная система по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций.

8. Основные задачи РСЧС и история создания РСЧС

9. Структура РСЧС, координирующие органы РСЧС, органы повседневного управления РСЧС.

10. Актуальные вопросы обеспечения безопасности жизнедеятельности чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени.

11. МЧС России, история создания и задачи, решаемые структурой на современном этапе.

12. Права и обязанности граждан по защите от ЧС.

	13. Предназначение и задачи гражданской обороны. 14. Силы ГО, структура ГО на объекте экономики (в институте). 15. Деятельность государства в области защиты от ЧС. 16. Организация инженерной защиты населения В ЧС. 17. Организация эвакуационных мероприятий при стихийных бедствиях, порядок проведения. 18.Травмирующие и вредные факторы на предприятиях отрасли 19.Организация работы по охране труда на предприятиях потребительской кооперации. 20.Безопасность технологических процессов и производств. 21.Техника безопасности при эксплуатации торгового оборудования. 22.Электромагнитная безопасность при работе с компьютерной техникой. <i>Вопросы к зачету по дисциплине:</i> 1. Проблема: человек-природа-цивилизация. 2. Признаки глобального экологического кризиса. 3.Мировая динамика и национальная безопасность. Приоритеты национальных интересов. 4.Комплексный характер проблемы; социальные, медико-биологические, экологические, технологические и правовые аспекты. 5. Безопасность детей и женщин в современном обществе. 6.Негативные факторы естественного, антропогенного и техногенного происхождения. Взаимодействие человека со средой обитания. 7.Региональные аспекты взаимодействия человека со средой обитания (на примере Краснодарского края). 8.Опасности техносферы. Взаимодействие человека и техносферы. Электромагнитные и тепловые излучения, действие на организм человека и защита от них. Особенности лазерного излучения 9. Источники ионизирующих излучений (естественные и искусственные). Действие радиации на человека. Дозы облучения, нормы радиационной безопасности. 10.Токсические химические вещества. Антропогенные химические факторы. Классификация, поражающее действие АХОВ и меры безопасности. Бытовые отравления. 11.Биологически опасные и вредные факторы: патогенные микроорганизмы, растения и животные. Психологические производственные факторы (эмоциональные перегрузки, монотонность труда, перенапряжение анализаторов). 12.Действие электрического тока на организм человека, основные правила защиты от поражения электрическим током. Правила электробезопасности. 13.Пожарная безопасность. Горючие вещества, их характеристика. Средства пожаротушения. Общие правила пожарной безопасности 14.Физиологические механизмы безопасности человека от негативных воздействий (стресс, адаптация,
--	---

иммунитет).

15. Здоровый образ жизни. Рациональное поведение в опасных и чрезвычайных ситуациях. Роль государства в защите личности.

16. Нормативные правовые акты и инструктивные документы по вопросам безопасности и охраны труда в учреждениях культуры и искусств.

17. Правила безопасности в учреждениях культуры и искусств.

18. Взрывная и пожарная безопасность в учреждениях культуры и искусств. Организационные и технические профилактические мероприятия по предупреждению пожаров.

19. Источники ЧС. Опасности естественные и антропогенные.

20. Поражающие факторы источников ЧС. Поражающие факторы природного, техногенного, биолого-социального характера, их характеристика и особенности.

21. Предельно допустимые значения поражающих факторов при воздействии на человека.

22. Классификация ЧС.

23. ЧС природного и техногенного характера, их характеристика, причины возникновения.

24. Аварии на химически опасных объектах (ХОО) с выбросом аварийнохимически опасных веществ (АХОВ), классификация, фазы развития.

25. Аварии на радиационно-опасных объектах (РОО), поражающие факторы, радиационное воздействие на человека и природу, радиационная защита и профилактика.

26. Аварии на взрыво-пожароопасных объектах (ВПОО), классификация пожаров.

27. Аварии на транспорте, причины возникновения, правила поведения населения.

28. Аварии на коммунально-энергетических сетях (водоснабжение, канализация, газо- электро- и теплоснабжение).

29. Основные принципы предупреждения ЧС природного и техногенного характера. Федеральная целевая программа «Снижение рисков и смягчение последствий ЧС природного и техногенного характера в Российской Федерации до 2015 года».

30. ЧС экологического характера, причины возникновения. Изменения состояния суши, воздушной среды, гидросферы и биосферы.

31. ЧС биолого-социального характера. Массовые заболевания людей (эпидемии). Особо опасные инфекционные заболевания людей, животных, растений.

32. Конфликтные ЧС (антропогенные): терроризм, ЧС криминального характера, военные конфликты, экологические кризисы, экстремальная политическая борьба, социальные взрывы, национальные и религиозные конфликты, широкомасштабная коррупция.

33. Принципы и способы защиты. Комплекс мероприятий по защите населения от ЧС. Оповещение и режим защиты. Обеспечение населения и формирований ГО средствами защиты.

34. Эвакуация населения в ЧС. Эвакоорганы.

	35. Укрытие людей в защитных сооружениях. Способы, продолжительность и условия укрытия людей. 36. Классификация защитных сооружений. Назначение, общее устройство и требования к убежищам, противорадиационным и простейшим укрытиям. 37. Средства индивидуальной защиты. Назначение, классификация и условия применения. 38. Основы организации аварийно-спасательных работ (АСДНР) при ликвидации последствий ЧС: цель, решаемые задачи, условия проведения и содержание. 39. Силы и средства, привлекаемые для выполнения АСДНР. Способы ведения аварийно-спасательных работ. 40. Порядок и особенности ведения работ гражданскими организациями гражданской обороны (ГОГО) объекта. 41. Культурные ценности, понятие. Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия. 42. Организация, формы и методы обучения населения различных категорий действиям в ЧС. 43. Виды и методика проведения занятий и учений. Формирование культуры личности безопасного типа, роль курса БЖД. 44. Психологическая подготовка населения к действиям в ЧС. 45. Вопросы безопасности жизнедеятельности в законах и подзаконных актах. Закон Российской Федерации «О безопасности», «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера», "О гражданской обороне". Постановление Правительства РФ «О единой государственной системе предупреждения и ликвидации ЧС».
Б1.О.06 Психология	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: - устный вопрос; - тестирование; - составление своего психологического профиля личности. <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: - устные ответы, - тестирование, - оценка выполнения самостоятельной работы студентов. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена. <i>Вопросы для проведения устного опроса</i> 1. Психологию часто определяют как науку о душе, ориентируясь на дословный перевод этого

слова с греческого. Объясните, как вы понимаете, что такое душа. Какие свойства, по вашему мнению, отличают душу от других предметов, существующих в мире?

2. Чем, по вашему мнению, отличаются душу от других предметов, существующих в мире?

3. Чем, по вашему мнению, отличаются современная психология от психологии современника?

4. В чем состоит разница между научной и житейской психологией?

5. Что такое тест? Какие тесты вы знаете? Каким требованиям они должны отвечать?

6. Как вы представляете практическое использование знаний психологии в своей деятельности?

7. Почему многие психологи-экспериментаторы проводили исследования на самих себе?

8. Чем, по вашему мнению, отличаются испытуемые от исследуемых?

9. Какое место занимает психологическая наука в современном обществе России?

10. Почему выбор методологии определяет все конкретные действия в работе ученых?

11. Каковы методологические принципы построения психологических исследований? Что дает психологу и педагогу-исследователю следование этим принципам?

12. Рассмотрите эксперимент как метод проверки гипотез. В чем главное отличие естественного эксперимента от наблюдения? Выделите достоинства того и другого для исследований в школе.

13. Как вы думаете, почему кора больших полушарий человеческого мозга не чувствительна к прямому воздействию, и операции на мозге могут проходить без наркоза?

14. Как вы думаете, почему исследователи стремятся выделить единицу психической реальности?

15. Почему сам человек может оценить свои переживания по их силе и глубине?

16. Какие свойства психической реальности, по вашему мнению, связаны с пониманием переживания как сильного или слабого, глубокого или поверхностного? Может ли, по вашему мнению, человек точно оценить по параметрам силы и глубины переживания другого человека? С какими свойствами психической реальности это связано?

17. Почему возможна количественная (больше – меньше) оценка переживаний? С какими свойствами психической реальности это связано?

18. Как объяснить переживания человека, когда он не может сам о нем сказать словами?

19. Как вы думаете, почему все функциональные системы человека, все его психические функции обладают общими свойствами?

20. За счет чего, по вашему мнению, изменяются свойства сознания человека?

21. Может ли человек, обладая сознанием, не обладать бессознательным?

22. Выскажите ваше мнение по поводу следующего суждения: «Развитие языка – это и есть развитие сознания».

23. Как вы думаете, почему, словом можно вызвать у человека душевную боль? С чем связано, по вашему мнению, появление этого вида боли?

24. Может ли человек сам изменить свое сознание или его качества?

Тест по дисциплине «Психология»

1. Основной задачей психологии является...

- a) изучение законов психической деятельности;
- b) совершенствование методов исследования;
- c) коррекция социальных норм поведения;
- d) разработка проблем истории психологии.

2. Отечественный психолог Л.С. Выготский является автором...

- a) концепцией поэтапного формирования умственных действий;
- b) деятельностью концепцией;
- c) культурно-исторической концепции психического развития;
- d) личностно-ориентированной теории.

3. Восприятие сигналов среды нервной системой осуществляется с помощью...

- a) детекторов;
- b) акцепторов;
- c) анализаторов;
- d) рецепторов.

4. Активность, как всеобщая характеристика живого, получила в человеческом обществе название...

- a) реакция;
- b) рефлекс;
- c) сознание;
- d) деятельность.

5. Процесс развития психики от простейших до сознания человека называется...

- a) онтогенезом;
- b) социогенезом;
- c) антропогенезом;
- d) филогенезом.

6. Высшая форма отражения, которая присуща человеку, обозначается понятием...

- a) рефлекс;
- b) сознание;
- c) реакция;
- d) душа.

7. Начальный источник всех знаний о внешнем мире и собственном теле - это...

- a) ощущение;
- b) воображение;
- c) мышление;

- d) потребность.
8. Зависимость восприятия от содержания психической жизни человека, от особенностей его личности называется...
- a) перцепцией;
b) воображением;
c) вниманием;
d) апперцепцией.
9. По характеру целей деятельности память делится на...
- a) образную и логическую;
b) активную и пассивную;
c) произвольную и произвольную;
d) механическую и динамическую.
10. Психический процесс обобщенного отражения действительности называется...
- a) восприятием;
b) вниманием;
c) мышлением;
d) памятью.
11. Психический процесс создания образов, включающий предвидение конечного результата предметной деятельности, называется...
- a) ощущением;
b) абстрагированием;
c) медитацией;
d) воображением.
12. Способность человека удерживать в центре внимания определенное число разнородных объектов одновременно называется
- a) подвижностью внимания;
b) устойчивостью внимания;
c) концентрацией внимания;
d) распределением внимания.
13. Системное социальное качество приобретаемое индивидом в деятельности и общении обозначается понятием...
- a) личность;
b) темперамент;
c) задатки;
d) мотивация.

14. Состояние человека, вызываемое непреодолимыми трудностями, возникающими на пути к достижению цели, определяется как...

- a) печаль;
- b) фрустрация;
- c) страсть;
- d) эйфория.

15. Индивидуально-своеобразные свойства психики, определяющие динамику психической деятельности человека называются...

- a) способностями;
- b) чувствами;
- c) характером;
- d) темпераментом.

16. Многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности, называется...

- a) взаимоотношениями;
- b) привязанностью;
- c) общением;
- d) социумом.

17. Какая отрасль психологии изучает психологические закономерности развития личности...

- a) социальная психология;
- b) возрастная психология;
- c) юридическая психология;
- d) общая психология.

18. Стандартизированный инструмент, предназначенный для объективного измерения свойств психических процессов, состояний или аспектов личности называется...

- a) анкета;
- b) опросник;
- c) психологический тест;
- d) проективный рисунок.

19. Относительно устойчивая совокупность всех представлений человека о самом себе, связанная с самооценкой, называется в психологии...

- a) личность;
- b) сознание;
- c) «я - концепция».

20. Определите вид мышления...

- a) стереотипное;
- b) интуиция;
- c) наглядно – действенное.

21. Функциями воли являются...

- a) побудительная;
- b) контролирующая;
- c) защитная.

Темы презентаций

Развитие психологических знаний в рамках учения о душе (с древности до XVII века).

Развитие психологических знаний в средние века. Христианский мыслитель Августин (IV-V), Фома Аквинский (1226-1274).

Развитие психологических знаний в середине XIX века по настоящее время.

Современные подходы и направления в зарубежной психологии.

Отечественная школа в психологии. И.М. Сеченов, В.М. Бехтерев, И.П. Павлов, Л.С. Выготский, С.Л. Рубинштейн, А.Н. Леонтьев.

Общее представление о воле.

Психологическая структура волевого акта.

Физиологические механизмы волевых процессов.

Функции воли.

Развитие и воспитание воли.

Воля и принятие решений в неопределенной ситуации.

Простые и сложные волевые акты. Волевое усилие. Лень.

Волевые проявления и свойства: целеустремленность, самостоятельность, решительность, выдержка, самообладание, настойчивость, дисциплинированность.

Развитие личности.

Понятие личности в психологии.

Эпигенетическая теория психосоциального развития личности (Э.Эриксон).

Развитие личности в концепции Л.С. Выгодского.

Деятельностный подход в развитии личности (А.Н.Леонтьев).

Общее понятие о восприятии

Основные характеристики восприятия.

Классификация восприятия.

Развитие восприятия и наблюдательности у детей и взрослых.

Воображение как психический процесс.

Виды воображения.

Функции воображения.
 Воображение в практической деятельности.
 Сущность воображения.
 Воображение и творчество.
 Функции воображения
 Творческое воображение.
 Характер и структура характера.
 Акцентуации характера в подростковом возрасте.
 Акцентуации характера по К.Леонгарду.
 Формирование и воспитание характера.
 Исследование индивидуальных особенностей характера студентов.
 Черты характера и отношения личности.
 Формирование характера.
 Проблема взаимосвязи строения тела и характера.
 Психологический практикум. Диагностика акцентуаций характера и рекомендации по предотвращению конфликтных ситуаций.
Вопросы к экзамену по дисциплине
 1.Предмет и задачи психологии. Психология как наука.
 2.Методы психологии.
 3.Основные разделы психологии.
 4. Сравнительная характеристика научной и житейской психологии.
 5. Общее представление о психике. Специфика психического отражения.
 6. Общая характеристика гештальтпсихологии. Представление об инсайте.
 7. Предмет и задачи психологии поведения. Схема S—R. Представление о научении.
 8. Проблема бессознательного в психоанализе: определения, факты, интерпретации.
 9. Общая характеристика гуманистической психологии.
 10. Неосознаваемые психические процессы. Явление установки (Д.Н.Узнадзе).
 11. Психика как ориентировочная деятельность субъекта (П.Я.Гальперин).
 12. Понятие об ощущениях и его физиологической основе.
 13.Основные свойства восприятия.
 14. Общая характеристика внимания. Свойства внимания.
 15.Память и ее виды.
 16.Общая характеристика воображения.
 17.Понятие о мышлении и классификация явлений мышления.
 18. Общение и речь.

	19. Сознание. Структура сознания. 20. Понятие о чувствах и эмоциях. 21. Характеристика базовых эмоций человека. 22. Конфликтные эмоциональные состояния (стресс, аффект, фрустрация). 23. Воля, волевые качества личности. 24. Понятие способностей. Способности и задатки. Развитие способностей. Способности и одаренность. 25. Проблема врожденного и приобретенного в диагностике способностей. 26. Общее представление о структуре интеллекта. Интеллект и креативность. 27. Общее понятие о личности человека. Структура личности. 28. Типы темперамента и их психологические характеристики. 29. Характер и его формирование. 30. Характеристика типов акцентуации характера.
Б1.О.07 Педагогика	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: - тестирование; - коллоквиум; - проектная работа. <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: - устные ответы, - тестирование, - оценка выполнения самостоятельной работы студентов. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта. <i>ТЕСТ по теме «Общие основы педагогики»</i> 1. Какова основная социальная функция (назначение) педагога: а) передает обобщенный опыт старших поколений; б) учит детей; в) воспитывает детей? 2. Какое нравственное качество является важнейшим для педагога: а) любовь к детям; б) ответственность; в) патриотизм? 3. Дополните фразу. Педагогическая профессия носит _____ характер. 4. Укажите не менее трех: а) отечественных, б) зарубежных педагогов-классиков. 5. Установите соответствие между классификационными группами и видами профессий. 1) Человек — живая природа

- 2) Человек — техника
 3) Человек — человек
 4) Человек — знаковая система
 5) Человек — художественный образ а) парикмахер
 б) офтальмо-лог
 в) слесарь
 г) реставратор д) ветеринар
 е) электрик
 ж) космонавт
 з) языковед
6. Педагогическая деятельность — это:
 а) деятельность, направленная на создание оптимальных условий для вос-питания и развития личности; б) профессиональная деятельность, осу-ществляемая в условиях педагогического процесса, направленная на обес-печение его эффективности и развития; в) деятельность взрослых людей, направленная на подготовку подрастающего поколения к жизни.
7. Разработка методических материалов составляет ____ функцию педаго-гики: а) описательную; б) теоретическую; в) концептуальную; г) техно-логическую.
8. Установите соответствие между видами педагогической деятельности и соответствующими им умениями
- 1) Конструктивная дея-тельность
 2) Коммуникативная де-ятельность
 3) Организаторская дея-тельность а) проективные
 б) аналитические
 в) мобилизаци-онные
 г) перцептивные
 д) информацион-ные е) умения общения
 ж) прогностические
 з) ориентационные
 и) умения педагогической техники
 к) развивающие
9. Установите соответствие между позициями педагога и характеризующи-ми их качествами.
- 1) Социальная позиция
 2) Профессиональная позиция а) любовь к детям
 б) стремление нести зна-ния
 в) чувство долга г) принципиаль-ность

- д) ответствен-ность
10. Какой документ характеризует содержание деятельности педагога как специалиста:
а) образовательный стандарт; б) закон об образовании в РФ; в) професси-ональный стандарт?
11. Установите соответствие между наполнением образовательного и про-фессионального стандартов:
1) Образовательный стандарт
2) Профессиональ-ный стандарт а) обобщенные трудо-вые функции
б) профессиональные компетенции
в) общекультурные компетенции
г) необходимые знания д) необходимые умения
е) общепрофессиональные компетенции
ж) трудовые функции
12. Педагогика — это:
а) искусство, которое опирается на передовые достижения всех наук; б) наука о закономерностях развития воспитания, разрабатывающая цели, задачи, методы, содержание воспитания; в) наука об обучении и воспита-нии подрастающих поколений и взрослых людей с помощью целенаправ-ленной и специально организованной системы образования.
13. Установите соответствие между наполнением педагогической теории и педагогической практики:
1) педагогическая тео-рия
2) педагогическая практикаа) закономерности пе-дагогики
б) методические реко-мендации
в) регламенты работы педагога
г) педагогические принципы
д) педагогические кон-цепции е) алгоритмы действий педагога
ж) методические раз-работки
з) педагогические ситу-ации
и) педагогические па-радигмы
14. Функциями педагогики как науки являются:
а) прогностическая; б) общетеоретическая; в) гуманистическая; г) практи-ческая; д) воспитательная.
15. Предметом педагогики является:
а) процесс становления личности развивающегося человека; б) история развития человеческого общества; в) процесс воспитания подрастающего поколения; г) педагогический процесс; д) образовательный процесс.
16. Установите соответствие между разделами педагогики и их предметами изучения:

- 1) История педаго-ги-ки
 - 2) Этнопедагогика
 - 3) Педагогика высшей школы
 - 4) Коррекционная пе-даго-гика
 - 5) Андрагогика
 - 6) Социальная педа-гогика
 - 7) Школьная педаго-гика а) традиционные народные методы обучения и воспитания людей
 - б) формы и методы образования взрослых
 - в) исторические этапы развития педагогических идей
 - г) обучение, воспитание и развитие подрастаю-щего поколения в процессе получения образова-ния в средней школе
 - д) обучение и воспитание людей с отклонениями в развитии
 - е) обучение, воспитание и развитие людей в про-цессе получения высшего образования
 - ж) взаимодействие личности со средой ее обита-ния
17. Выберите из списка дисциплины, полученные в результате:
- 1) дифференциации пе-дагогика
 - 2) интеграции педагогика с другими науками а) педагогическая пси-хология
 - б) социальная педаго-гика
 - в) философия образо-вания г) коррекционная пе-дагогика
 - д) возрастная педаго-гика.
18. Педагогика как наука начала формироваться:
- а) в Древней Греции; б) в 17 в.; в) в 19 в.
19. Продолжите фразу. Педагогическим процессом называется _____.
20. Установите соответствие между функциями педагогического процесса и их характеристиками:
- 1) Образова-тельная
 - 2) Воспитыва-ющая
 - 3) Развиваю-щая а) формирование ценностных ориентаций и отношений, освоение основ научных знаний
 - б) формирование и развитие психических свойств и качеств лич-ности
 - в) формирование определенных качеств, свойств и отношений че-ловека
21. Компонентами педагогического процесса являются процессы: а) _____; б) _____; в) _____.
22. Продолжите фразу. Категориями педагогики называются _____.
23. Продолжите фразу. Принцип – это _____.
24. Установите соответствие между понятием «воспитание»:
- 1) воспитание в широком социаль-ном смысле

- 2) воспитание в широком педагогическом смысле
- 3) воспитание в узком педагогическом смысле а) специальная воспитательная деятельность по формированию определённых качеств, свойств человека
- б) процесс целенаправленного формирования личности в условиях специально организованной воспитательной системы
- в) процесс передачи общественно-исторического опыта новым поколениям с целью подготовки их к жизни и труду, необходимому для дальнейшего развития общества
25. Обучение – это:
- а) процесс деятельности учителя, направленный на передачу ученикам знаний, умений и навыков, подготовку к жизни; б) организация самостоятельной учебной работы учеников с целью овладения знаниями, умениями и навыками; в) двусторонний процесс деятельности учителя и учеников, направленный на овладение системой знаний, умений и навыков, в ходе которого осуществляется воспитание и развитие личности, формируется научное мировоззрение.
26. Установите соответствие между результатами обучения и воспитания:
- 1) обучение
- 2) воспитание а) ценностные ориентации
- б) умения
- в) навыки г) знания
- д) личностные качества
- е) отношения
27. Научно-педагогическое исследование — это:
- а) процесс и результат научной деятельности, направленной на получение новых знаний о закономерностях образования, его структуре и механизмах, содержании, принципах и технологиях; б) получение объективных, воспроизводимых и точных данных о педагогических явлениях; в) способ изучения личности школьника и ученического коллектива.
28. Какие из представленных материалов можно считать результатом научно-педагогического исследования автора:
- а) диссертация; б) статья; в) реферат; г) аннотация; д) учебник; е) монография.
29. Восстановите в соответствии с логикой развёртывания научно-педагогического исследования его этапы:
- а) гипотетический; б) прогностический; в) теоретический; г) эмпирический.
30. Установите соответствие между видами научно-педагогических исследований и их содержательными характеристиками:
- 1) Фундаментальные исследования
- 2) Прикладные исследования

- 3) Разработкаи) решение отдельных теоретических и практических задач, связанных с формированием содержания об-разования, разработкой педагогических технологий
- б) создание программ, учебников, пособий, методи-ческих рекомендаций по воспитанию и обучению
- в) раскрытие педагогических закономерностей, от-крытие новых областей, развитие методологии науки
31. Методология – это:
- а) метод исследования предмета; б) учение о способе получения научного знания; в) область познавательной деятельности человека.
32. Методологический подход – это:
- а) принцип организации педагогического взаимодействия; б) принципи-альная ориентация научного исследования; в) способ решения педагогиче-ской задачи.
33. Метод научного исследования — это:
- а) способ познания объективной реальности; б) способ достижения цели исследования; в) приемы, процедуры организации научного исследования.
34. Установите соответствие между классификационными признаками и ви-дами наблюдения
- 1) По частоте наблю-дения
- 2) По объему охвата
- 3) По способу осу-ществления а) постоянное, повторное, однократное
- б) прямое, документальное
- в) сплошное, выборочное
35. Наблюдение заканчивается:
- а) фиксацией того, что увидел педагог; б) формулировкой гипотез нового наблюдения; в) интерпретацией результатов.
36. Закрытая анкета — это анкета:
- а) анонимная, не подписанная респондентом; б) со свободным текстовым ответом; в) с выбором респондентом заранее сформулированных ответов.
37. Тестирование – это:
- а) метод исследования личностных характеристик с использованием стан-дартизированных заданий; б) способ диагностики психологических ка-честв; в) система специальным образом подобранных заданий для диагно-стирования личности.
38. К количественным методам педагогического исследования относятся: а) шкалирование; б) тестирование; в) интервьюирование; г) ранжирование; д) эксперимент.
39. Продолжите фразу. Валидностью называется _____.
40. Продолжите фразу. Надежностью называется _____.

Вопросы к коллоквиуму

1. Предмет и основные категории дидактики.
2. Личность ребенка и основные факторы ее становления.
3. Движущие силы и характерные особенности процесса обучения.
4. Основные этапы процесса обучения.
5. Результаты процесса обучения и их характеристика.
6. Характеристика закономерностей обучения.
7. Понятие о принципах обучения.
8. Характеристика принципов обучения.
9. Развитие теории методов обучения в педагогической науке.
10. Понятие о содержании образования.
11. Виды образовательных организаций.
12. Система дополнительного образования в РФ.
13. Сущность методов и приемов обучения.
14. Классификация методов обучения и их характеристика.
15. Пути и средства повышения эффективности учебного процесса.
16. Характеристика современных средств обучения.
17. Характеристика проблемного обучения.
18. Характеристика дифференцированного обучения.
19. Характеристика развивающего обучения.
20. Характеристика программированного обучения.
21. Определение понятия «организационные формы обучения».
22. Значение учета и проверки ЗУНов.
23. Педагогические требования и виды проверки и оценки знаний, умений и навыков.
24. Методы проверки знаний, умений и навыков.
25. Критерии норм оценок.
26. Понятие педагогической технологии и этапы ее развития.
27. Признаки и особенности педагогической технологии.
28. Связь дидактики, методики и технологии.
29. Классификация педагогических технологий.
30. Критерии оценки педагогической технологии.
31. Инновационные процессы в современном образовании

Тематика проектной работы

1. Дифференцированный подход к учащимся как средство активизации их творческой деятельности.

2. Проблема сотрудничества школы и семьи в воспитании и образовании в ведущих странах мира: сравнительный анализ.
 3. Авторитарные и антиавторитарные тенденции в практике школьного воспитания в современном мире.
 4. Развитие социальной активности подростков.
 5. Педагогические условия формирования нравственных понятий, чувств и отношений школьника.
 6. Система мероприятий для старшеклассников как средство воспитания их эстетической культуры.
 7. Педагогические условия формирования здорового образа жизни обучающихся школьного возраста.
 8. Формирование рефлексивной позиции как фактор становления творческого стиля деятельности школьников.
 9. Педагогические условия формирования профессионального самосознания старшеклассников.
 10. Общечеловеческое и национальное в школьном воспитании.
 11. Формирование ценностных ориентиров подростков в современных условиях.
 12. Формы и методы воспитательной работы с учащимися в современных условиях дополнительного образования.
 13. Система социальной защиты учащегося в условиях школы.
 14. Педагогические основы экологического воспитания учащихся.
 15. Коллектив как фактор развития индивидуальности ребенка.
- Вопросы к экзамену по дисциплине*
1. Предмет и задачи педагогики.
 2. Основные категории педагогики.
 3. Отрасли педагогики.
 4. Педагогика в системе наук о человеке.
 5. Методология и методы педагогического исследования.
 6. Теоретические методы педагогического исследования.
 7. Эмпирические методы педагогического исследования.
 8. Сущность процесса обучения.
 9. Функции обучения.
 10. Мотивация учения.
 11. Этапы усвоения знаний в процессе обучения.
 12. Основные компоненты процесса обучения.
 13. Движущие силы процесса обучения.
 14. Принципы обучения.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">15. Цели и содержание образования.16. Методы обучения, их классификация.17. Методы организации и осуществления учебно-познавательной деятельности.18. Методы стимулирования и мотивации учебной деятельности.19. Методы контроля и самоконтроля в обучении.20. Общая характеристика классно-урочной системы обучения.21. Типы и структура учебных занятий.22. Планирование учебного занятия.23. Анализ учебного занятия.24. Индивидуальная, групповая и коллективная работа на учебном занятии.25. Специфика процесса воспитания.26. Сущность процесса воспитания.27. Содержание процесса воспитания.28. Закономерности и принципы воспитания.29. Методы воспитания, их классификация.30. Характеристика методов организации деятельности детей школьного возраста.31. Характеристика методов стимулирования поведения детей школьного возраста.32. Характеристика методов формирования сознания детей школьного возраста.33. Формы воспитания.34. Закономерности процесса обучения.35. Образовательная система России и ее изменения в контексте Болонских соглашений.36. Характеристика средств обучения.37. Педагогический процесс как система и целостное явление.38. Развитие и социализация личности в семье.39. Цели и задачи образования.40. Развитие личности в коллективе.41. Принципы образовательной политики в РФ.42. Управление образовательными системами.43. Характеристика образовательных стандартов, учебных планов и программ.44. Правовые основы семейного воспитания.45. Система дополнительного образования в РФ.46. Принципы и специфика работы учреждений дополнительного образования.47. Требования к педагогу дополнительного образования.48. Взаимодействие общего и дополнительного образования.49. Образовательный процесс в отдельных направлениях деятельности учреждения |
|--|---|

	дополнительного образования. 50. Педагогическая поддержка детей в учреждениях дополнительного образования.
Б1.О.08 Основы государственной культурной политики Российской Федерации	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1. Происхождение и эволюция понятий «культура» и «цивилизация», их общность и различия 2. Понятие и содержание культурной политики 3. Какую роль в культурной политике могут играть рядовые граждане? 4. Каким образом культурная политика государства влияет на раскрытие и развитие духовного потенциала личности? 5. В чем сущность современного кризиса культуры? 6. Каким образом культурная политика связана с государственной безопасностью и национальным суверенитетом? 7. Соотношение понятий глобализация и глокализация. 8. Какие «вызовы» стоят перед современным миром и Россией? 9. В чем причина продолжающейся переоценки ценностей в мире и России? 10. Каково место традиций в культурной политике? 11. Каковы приоритеты современной культурной политики РФ? 12. Каковы особенности культурной политики в многонациональном и многоконфессиональном государстве? 13. Какова роль молодежи в культурной политике государства? 14. Какова роль семьи и семейных ценностей? 15. Каковы особенности и проблемы информационного обеспечения культурной политики? 16. Какова роль культурных достижений в общем имидже государства? 17. Особенности интеграции России в мировое культурное пространство после падения железного занавеса 18. Каково содержание понятия «народная дипломатия»? <i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i> 1. Понятие патриотизма и его содержание 2. Культурная политика «снизу» и «сверху» 3. Традиции: пепел, который надо хранить или огонь, не дающий культуре угаснуть 4. Язык как душа народа 5. Воспитательное значение литературы и искусства 6. «Железный занавес» - за и против 7. Толерантность и политкорректность – содержание и границы

- | | |
|--|---|
| | <p>8. Насилие в современном мире и роль культурного образования в его преодолении
<i>Вопросы к экзамену по дисциплине</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия культура, цивилизация, культурная деятельность, культурная политика 2. Культурная политика как основа социокультурного управления 3. Субъекты и объекты культурной политики 4. Анализ современной социокультурной ситуации в мире и России 5. Кризис культуры как глобальный вызов, основа современного мирового кризиса 6. Судьбоносность культурной политики для народа, государства, всего человечества 7. Концепции «конца истории», «столкновения цивилизаций» 8. Культура в условиях глобализации и глокализации 9. Геополитическая составляющая культуры 10. Приумножение и развитие культуры как основа государственной безопасности и государственного суверенитета 11. Россия на культурной карте мира: история и современность 12. Проблемы культурной политики РФ в условиях продолжающейся переоценки ценностей 13. Роль историко-культурного наследия и образов исторической памяти в культурной самоидентификации, нравственном и патриотическом воспитании 14. Традиционная система ценностей российской цивилизации как основа общенационального единства 15. Особенности взаимодействия и взаимовлияния мировой и отечественной культуры после «железного занавеса» 16. Задача достойной нравственной и материальной оценки культурной деятельности 17. Необходимость и пути воспитания интереса и уважения к культуре в государственной культурной политике 18. Сочетание свободы творчества и «внутренней цензуры» - этической, эстетической у творцов культуры 19. Приоритет сохранения культурного наследия пред имущественными интересами физических и юридических лиц и его правовое закрепление 20. Следование принципу культуросообразности экономических, технологических и политических решений на государственном уровне 21. Экономика культуры и культурная индустрия 22. Культурно-языковая политика 23. Этнокультурная политика 24. Традиционная культура в культурной политике государства 25. Культурная политика в сфере профессионального искусства, науки и образования |
|--|---|

	26. Значение возможностей культурного досуга 27. Значение и особенности молодежной культурной политики 28. Роль семьи в системе ценностной ориентаций российского общества 29. Региональная культурная политика и ее особенности в многонациональных и многоконфессиональных регионах 30. Значение гуманитарных наук и гуманитарного образования в противодействии бездуховности, безнравственности, безответственности, в воспитании гражданской позиции, расширении кругозора и выработке нестандартного мышления 31. Разрушительность утилитарного, потребительского отношения к культуре – науке, искусству, образованию 32. Воспитание патриотизма через историю культурных достижений – в науке, искусстве, спорте 33. Государственные органы управления в сфере культуры, полномочия, функции и сферы ответственности федеральных и региональных властей 34. Институты культурной жизни в системе культурной политики 35. Информационное обеспечение сферы культуры 36. Законодательно-нормативная база государственной политики РФ 37. Проблема «Россия-Восток-Запад» в условиях многополярного мира 38. Бесперспективность насилия в ХХIв: культура как «мягкая сила» 39. Пути, возможности и особенности интеграции России в мировое культурное пространство 40. Возможности «народной дипломатии» в современном мире»
Б1.О.09 Предпринимательство и проектная деятельность	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. <i>Промежуточная аттестация</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта и экзамена. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> Тест 1. Предпринимательство – это: а) добровольная деятельность человека, который, пользуясь либо распоряжаясь экономическими благами, самостоятельно или с привлечением наемного труда, предпринимает меры по производству нового продукта с целью получения дохода; б) деятельность человека, направленная на максимизацию прибыли; в) принудительная деятельность экономического агента, нацеленная на получение прибыли и дохода

путем эффективного сочетания ограниченных ресурсов;

г) процесс создания предприятий, занимающихся экономической деятельностью для удовлетворения потребностей населения.

Тест 2. Целью предпринимательства является:

а) получение прибыли;

б) конечной целью является не столько прибыль, сколько непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей индивидуума или социальной группы, общества в целом;

в) удовлетворение спроса населения;

г) производство нового продукта в условиях риска.

Тест 3. Субъектами предпринимательской деятельности в Российской Федерации могут быть:

а) граждане Российской Федерации;

б) дееспособные граждане;

в) несовершеннолетние граждане (при особых условиях);

г) объединение граждан РФ;

д) иностранные граждане;

е) юридические лица, зарегистрированные в установленном порядке.

Тест 4. Учредительные документы, которые необходимо предоставить индивидуальному предпринимателю в орган регистрации:

а) заявление, заполненное по установленной форме;

б) заявление, написанное в произвольной форме;

в) документ об уплате госпошлины;

г) устав о предмете и сущности предпринимательской деятельности;

д) сведения о наличии движимого и недвижимого имущества.

Тест 5. Основным условием развития предпринимательства является:

а) научно обоснованное исследование деятельности предприятия;

б) существование частной собственности;

в) изучение психологического климата на предприятии;

г) оценка эффективности развития отдельных подразделений предприятия.

Тест 6. Главные сферы предпринимательства - это:

а) маркетинговая сфера;

б) производственная;

в) коммерческая;

г) организационная;

д) инновационная;

е) финансовая;
 ж) сфера потребления.

Тест 7. Какой показатель является показателем эффективности предпринимательской деятельности:
 а) прибыль;
 б) рентабельность;
 г) срок окупаемости предпринимательского проекта.

Тест 8. Проект – это:
 а) деятельность по достижению нового результата в рамках установленного времени с учетом определенных ресурсов;
 б) часть бизнес-плана;
 в) раздел стратегии развития деятельности.

Тест 8. Бизнес-план включает следующие разделы:
 а) анализ кредитоспособности конкурентов;
 б) рыночные исследования и анализ сбыта;
 в) маркетинговый план;
 с) финансовый план.

Тест 9. Проектный менеджмент – это:
 а) процесс управления проектом в условиях ограниченности ресурсов;
 б) работа в проектной команде;
 в) деятельность, направленная на продвижение проекта на рынке.

Тест 10. Предприниматель – это:
 а) владелец организации, деятель экономики;
 б) организатор и руководитель бизнеса (экономической деятельности);
 в) лицо, имеющее свое дело в целях получения прибыли.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Что такое предпринимательство?
2. Перечислите основные признаки предпринимательства.
3. Что такое производственное предпринимательство?
4. Назовите основные виды предпринимательской деятельности.
5. Охарактеризуйте деловую среду предпринимательства.
6. Какими качествами должен обладать предприниматель?
7. Какие ловушки подстерегают начинающих предпринимателей?
8. Как переплетаются личные и общественные интересы в бизнесе?
9. Какие основные элементы целесообразно рассматривать в предпринимательстве?
10. Перечислите основные этапы формирования предпринимательской идеи.

11. Что представляет собой выбор вида предпринимательской деятельности?
 12. Что такое внутрифирменное предпринимательство?
 13. Как классифицируются предприятия по форме собственности?
 14. Что понимается под учредительными документами предприятия?
 15. В чем состоят различия между юридическим и физическим лицом?
 16. В чем сущность государственной поддержки предпринимательской деятельности?
 17. Что включает в себя понятие «малый и средний бизнес»?
 18. Что подразумевает под собой государственная поддержка малого предпринимательства?
 19. Что включает в себя понятие «ответственность предпринимателей»?
 20. В каких случаях возникает гражданская ответственность, а в каких административная ответственность предпринимателей?
 21. В каких случаях возникает ответственность предпринимателей за нарушение антимонопольного законодательства?
 22. Что такое налоговое правонарушение и какова ответственность за его совершение?
 23. Что означает понятие «социальная ответственность бизнеса»?
 24. Что такое внутренняя культурная среда предпринимательства?
 25. Что включает в себя понятие «предпринимательская этика в бизнесе»?
 26. Охарактеризуйте систему планирования предпринимательской деятельности.
 27. Какие разделы включает бизнес-план предприятия?
 28. Назовите основные причины неудач в предпринимательской деятельности.
 29. Охарактеризуйте особенности проектирования в социально-культурной сфере.
 30. Какие существуют типы проектов в социально-культурной сфере?
 31. Что означает управление проектами?
 32. Перечислите основные риски предпринимательства.
- Тематика рефератов, докладов, сообщений, презентаций*
1. Сущность предпринимательской деятельности и пути ее развития в России.
 2. Развитие учения о предпринимательстве в XX веке.
 3. Определение сущности предпринимательской деятельности в законодательных актах РФ.
 4. Проблемы становления и тенденции развития современного российского предпринимательства.
 5. Сущность и содержание деловой стратегии предпринимателя, действующего в условиях жесткой конкуренции.
 6. Современные формы предпринимательства в РФ.
 7. Виды предпринимательства.
 8. Создание и регистрация частного (коллективного) предприятия.
 9. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия .

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 10. Сферы деятельности и организационно-правовые формы частного предпринимательства. 11. Предпринимательство в современном мире. 12. Формы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в России. 13. Оценка эффективности деятельности предприятия (на примере конкретного предприятия). 14. Предпринимательство, формы и методы организации предпринимательства. 15. Система налогообложения предпринимателей в России. 16. Виды и формы страхования коммерческих рисков. 17. Инновационная деятельность как одно из основных направлений развития малого и среднего предпринимательства. 18. Равновесие предпринимательской фирмы. 19. Жизненный цикл предпринимательской организации. 20. Банкротство предприятий и организаций. 21. Кадровое обеспечение предпринимательских организаций. 22. Совершенствование мотивации труда у сотрудников коммерческого предприятия. 23. Роль руководителя в деятельности коммерческого предприятия. 24. Культура предпринимательства. 25. Экономическая безопасность предприятия. 26. Предприятие и основные параметры его хозяйственной деятельности. 27. Лизинг как форма предпринимательства. 28. Общая характеристика государственного регулирования предпринимательства в России. 29. Предпринимательский риск виды риска, оценка фактов и способы его минимизации. 30. Разработка бизнес-плана предприятия. 31. Реклама в предпринимательской деятельности. 32. Формирование инфраструктуры предпринимательства России, как основа экономического роста. 33. Этика в сфере современного предпринимательства. 34. Эстетико-этические принципы в развитии современного предпринимательства. 35. Стратегия проекта в социально-культурной сфере. 36. Управление сроками проекта в социально-культурной сфере. 37. Управление стоимостью проекта в социально-культурной сфере. 38. Управление рисками проекта в социально-культурной сфере. 39. Специфика проектов в сфере культуры и искусства. 40. Управление эффективностью и результативностью проекта. <p><i>Вопросы к зачету</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предпринимательская деятельность: основная сущность, задачи и принципы. 2. Эволюция предпринимательской деятельности в России. |
|--|--|

3. Современные организационные формы предпринимательской деятельности в России, их содержание и перспективы
4. Функции и факторы предпринимательской деятельности.
5. Виды предпринимательской деятельности и их содержание.
6. Сущность предпринимательской среды.
7. Понятие внешней предпринимательской среды, её элементы.
8. Основные составляющие внутренней предпринимательской среды
9. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности.
10. Права и обязанности предпринимателей.
11. Сущность малого предпринимательства и его роль в экономике.
12. Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства.
13. Государственная поддержка развития малого предпринимательства
14. Регистрация малого предприятия, процедура, основные документы и их содержание.
15. Упрощенная система налогообложения, учета и отчетности малого предприятия.
16. Современные организационно-правовые формы малых предприятий.
17. Особенности малого предпринимательства без образования юридического лица.
18. Этапы жизненного цикла малого предприятия.
19. Государственная регистрация собственного предприятия.
20. Механизм получения лицензии на осуществление предпринимательской деятельности.
21. Сущность и значение культуры предпринимательства.
22. Ответственность предпринимателей перед обществом.
23. Бизнес-план и его роль в развитии предпринимательства.
24. Виды бизнес-планирования.
25. Методика разработки бизнес-плана.
26. Методы и технические приемы, использованные в бизнес -планировании.
27. Структура бизнес-плана.
28. Влияние бизнес-проекта на деловую активность предприятия.
29. Описание предпринимательских рисков в бизнес – плане.
30. Классификация предпринимательских рисков.
31. Оценка потерь в связи с рисковыми ситуациями.
32. Пути снижения внешних предпринимательских рисков.
33. Пути снижения внутренних предпринимательских рисков.
34. Экономическая эффективность бизнес-планов.

Вопросы к экзамену

1. Предпринимательская деятельность: основная сущность, задачи и принципы.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">2. Современные организационные формы предпринимательской деятельности в России, их содержание и перспективы.3. Функции и факторы предпринимательской деятельности.4. Виды предпринимательской деятельности и их содержание.5. Сущность предпринимательской среды.6. Понятие внешней предпринимательской среды, её элементы.7. Основные составляющие внутренней предпринимательской среды.8. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности.9. Права и обязанности предпринимателей.10. Сущность малого предпринимательства и его роль в экономике.11. Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства.12. Государственная поддержка развития малого предпринимательства.13. Современные организационно-правовые формы малых предприятий.14. Механизм получения лицензии на осуществление предпринимательской деятельности.15. Лицензирование: сущность, механизм.16. Сущность и значение культуры предпринимательства.17. Предпринимательская этика.18. Деловой этикет предпринимателя.19. Ответственность предпринимателей перед обществом.20. Уровни социальной ответственности предпринимателя.21. Особенности предпринимательства в социально-культурной сфере.22. Функциональные направления предпринимательской деятельности в социально-культурной сфере.23. Бизнес-план и его роль в развитии предпринимательства.24. Методика разработки бизнес-плана.25. Структура бизнес-плана.26. Описание предпринимательских рисков в бизнес – плане.27. Экономическая эффективность бизнес-планов.28. Прибыли и рентабельность.29. Экономические показатели бизнес – плана.30. Менеджмент: понятие, функции.31. Методы современного менеджмента.32. Маркетинг: понятие, функции.33. Значение маркетинга в предпринимательской деятельности.34. Ресурсы: понятие, классификация. |
|--|---|

	35. Понятие и основные характеристики проекта. 36. Актуальность, цель и задачи проекта. 37. Ограничения проекта. 38. Жизненный цикл и фазы проекта. 39. Типы проектов в социально-культурной сфере. 40. Классификация проектов. 41. Миссия (генеральная цель) и стратегия проекта. 42. Исполнители и партнёры проекта. Целевая аудитория проекта. 43. Проектный менеджмент, проектный менеджер. 44. Стратегический анализ внешней и внутренней среды проекта (SWOT-анализ). 45. Процессы управления проектами: инициация, планирование, анализ, исполнение, управление и завершение проекта. 46. Управление стоимостью проекта. 47. Управление сроками проекта. Календарное планирование. 48. Составление и контроль бюджета проекта. 49. Управление человеческими ресурсами проекта. 50. Матрица ответственности в управлении командой проекта. 51. Управление ресурсами проекта. Методы управления ресурсами проекта. 52. Управление коммуникациями проекта. Планирование коммуникации. 53. Факторы и виды эффективности и результативности проектов. 54. Управление рисками и взаимодействием в проекте. 55. Результативность проекта. 56. Эффективность проекта. 57. Понятия «доход», «себестоимость» в проектной деятельности. 58. Основные производственные фонды: понятие, структура. 59. Оборотные фонды: понятие, структура. 60. Современные проблемы предпринимательства в Российской Федерации.
Б1.О.10 Основы права	Программой дисциплины в целях проверки усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • Устный опрос письменные индивидуальные задания, <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: • устный опрос,

- письменные индивидуальные задания

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме коллоквиума или тестирования (в группах, в которых отсутствуют зачеты)

Примеры тестовых заданий (ситуаций)

Тест для самопроверки знаний:

1. Какое краткое определение соответствует понятию «государства»?

- А) - это все окружающее правителя (государя);
- Б) - это форма организации общества, основной институт политической системы;
- В) - это единственный собственник всех средств производства.

2. Право возникло:

- А) - позже государства;
- Б) - раньше государства;
- В) - параллельно с государством.

3. Право – система норм:

- А) - установленная государством;
- Б) - одобренная народом;
- В) - предписанная свыше.

4. К какой части правовой нормы справедливо определение: «вид и мера наказания, если субъекты не выполнили предписания нормы, или поощрения за соблюдение рекомендуемых действий»?

- А) - гипотеза;
- Б) - диспозиция;
- В) - санкция.

5. Каково второе название конституционного права?

- А) - основное право;
- Б) - государственное право;
- В) - управленческое право.

6. Какой отрасли права соответствует определение: «Отрасль права, нормы которой регулируют формы и порядок организации и деятельности крестьянских и фермерских хозяйств, их выборных органов, межхозяйственных предприятий, организаций и их объединений»?

- А) - хозяйственное право;
- Б) - сельскохозяйственное право;
- В) - земельное право.

7. Какая самая, по общему мнению, объемная отрасль права?

- А) - административное право;
- Б) - уголовное право;

В) - гражданское право.

8. Наказание по закону следует за:

А) - намерениями, запрещенными по закону;

Б) - действиями, запрещенными законом;

В) - незнанием закона.

9. Когда принята ныне действующая конституция РФ?

А) - 13 декабря 1992 года;

Б) - 12 декабря 1992 года;

В) - 12 декабря 1993 года.

10. Что такое «апатрид»?

А) - то же самое, что и космополит;

Б) - иностранный гражданин;

В) - лицо без гражданства.

11. Что, по конституции РФ, является высшей ценностью государства?

А) - процветание государства;

Б) - права человека;

В) - сохранение целостности и нерушимости государства и государственных границ.

12. Сколько субъектов федерации в РФ?

А) - 99

Б) - 78

В) – 83

13. Граждане Российской Федерации имеют право участвовать в управлении делами государства:

А) - непосредственно;

Б) - через своих представителей;

В) - обоими путями.

14. Все ли субъекты имеют право иметь собственную конституцию?

А) - все;

Б) - только республики;

В) - только республики и области.

15. Конституция Российской Федерации имеет высшую юридическую силу и:

А) - косвенное действие;

Б) - прямое действие;

В) - обратное действие.

16. Для чего нужен конституционный суд?

А) - чтобы следить за точным и единообразным исполнением Конституции;

- Б) - для толкования норм Конституции РФ и разрешения споров между органами власти РФ и ее субъектов;
 В) - для обеспечения верховенства Конституции.
17. Отрицание значения права иначе можно назвать....
 А) - правовой нигилизм;
 Б) - правовой абсентизм;
 В) - правовой аскетизм.
18. Автор «Утопии»:
 А) - Монтескье;
 Б) - Томас Мор;
 В) - Джон Локк.
19. По отношению к какому компоненту права справедливо определение: «основные идеи, исходные положения или ведущие начала процесса формирования, развития и функционирования права»?
 А) - принцип права;
 Б) - метод права;
 В) - технология права.
20. Полная дееспособность в РФ наступает в возрасте:
 А) - 16 лет;
 Б) - 18 лет;
 В) - 21 года.
- Контрольные вопросы для проведения текущего контроля*
1. Что такое правопонимание?
 2. Какие теории правопонимания Вам известны?
 3. По каким критериям формируется тип правопонимания?
 4. Как Вы представляете современные подходы к определению сущности права?
 5. Какая из теорий происхождения права Вам представляется наиболее убедительной и почему?
 6. Какие этапы в становлении права Вы можете назвать?
 7. Какие формы регулирования общественных отношений первобытнообщинного общества Вам известны?
 8. Какая из теорий происхождения государства кажется Вам наиболее убедительной и почему?
 9. Какова роль права в оформлении государственной власти?
 10. В чем Вы видите назначение государства?
 11. Какие из функций государства Вы считаете наиболее важными?
 12. По каким основаниям можно классифицировать функции государства?
 13. Существует ли зависимость между сущностью государства и его функциями?

14. Как Вы полагаете, имеются ли основания для отмирания государства как способа организации публичной власти?
 15. Какая из типологий государства поддерживается Вами?
 16. Что служит источником смены типов государств?
 17. В чем Вы видите социальную роль государства?
 18. Определите основные элементы формы Российского государства.
 19. Существует ли зависимость между элементами формы государства?
 20. Какие виды политического режима Вы знаете?
 21. Сравните федеративное и унитарное государство с точки зрения их систем права
 22. Назовите признаки правового государства?
 23. Какие принципы правовой государственности заложены в Конституции Российской Федерации?
 24. Найдите в нормативных правовых актах гарантии принципов верховенства закона и равенства всех перед законом.
 25. Какие требования существуют для признания государства социальным?
 26. Какова роль права в обеспечении деятельности гражданского общества?
 27. Назовите основные институты гражданского общества.
 28. Из каких элементов состоит правовая система?
 29. Какие типы правовых систем Вы знаете?
 30. Какие критерии лежат в основе правовых систем?
 31. Какова роль источников права в формировании типа правовой системы?
 32. Какие виды правомерного поведения Вы знаете?
 33. Назовите признаки противоправного поведения.
 34. Назовите элементы состава правонарушения.
 35. По каким признакам выделяется юридическая ответственность из иных видов социальной ответственности?
- Тематика эссе, рефератов, презентаций*
1. Конституция РФ: основное содержание, права граждан России
 2. Конституция РФ о политической системе и форме государства
 3. Права и свободы человека и гражданина в России
 4. Государственное устройство РФ: административно-территориальное деление, федеральные и региональные органы власти
 5. Политика государства в области культуры
 6. Административная ответственность граждан России
 7. Образовательное право Российской Федерации. Закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»

8. Основные институты вещного права
9. Защита права собственности граждан России
10. Гражданско-правовой договор: сущность и содержание
11. Трудовой Кодекс РФ: назначение и основное содержание
12. Трудовой договор как правовая основа регулирования отношений между работником и работодателем
13. Трудовой Кодекс о трудовой дисциплине
14. Разрешение трудовых споров: правовые основания
15. Уголовный Кодекс РФ: содержание и основные понятия
16. Уголовная ответственность граждан России
17. Подзаконные нормативно-правовые акты
18. Право частной собственности граждан России
19. Административное право и его роль в формировании государства и гражданского общества
20. Виды административных наказаний и порядок их исполнения
21. Институт президентства в Российской Федерации: порядок избрания и полномочия Президента России
22. Законодательная власть в Российской Федерации и ее субъектах
23. Исполнительная власть в Российской Федерации и ее субъектах.
24. Правовые основы разграничения полномочий и предметов ведения между федеральными органами власти и субъектов РФ
25. Судебная власть в Российской Федерации: структура, виды судов, принципы судопроизводства
26. Институт усыновления в Российской Федерации: правовые основы
27. Органы муниципального управления в России: статус, порядок формирования и правовые основы деятельности

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Этапы развития человечества.
2. Место и роль первобытнообщинного строя в истории человечества.
3. Переход от присваивающего типа хозяйства к производящему.
4. Происхождение семьи частной собственности.
5. Происхождение государства: экономические и социальные предпосылки.
6. Основные теории происхождения государства.
7. Понятие, признаки и функции государства.
8. Формы правления (монархия и республика).
9. Формы государственного устройства.
10. Политические режимы: демократические и тоталитарные.

11. Сущность современного государства.
12. Механизм государства.
13. Формационный и цивилизационный подходы к классификации государств.
14. Функции государства.
15. Понятие права.
16. Принципы права.
17. Функции права.
18. Система права.
19. Соотношение государства и права.
20. Правовое государство.
21. Конституция РФ 1993г.
22. Законодательные акты Российского государства (Правда Ярослава, Судебники Ивана III и Ивана VI, Уложение царя Алексея Михайловича, реформы Петра I и Александра II) Первые Конституции РСФСР.
23. Двоевластие 1991-1993г.
24. Указ Президента РФ Б. Ельцина №1400 от 21.09.93г. о роспуске Верховного Совета РФ (парламента) и назначении выборов в новый парламент.
25. Принятие Конституции РФ 12.12 1993года – Конституции демократического государства.
26. Основы конституционного строя РФ.
27. Права и свободы человека и гражданина. (Глава 2 Конституции РФ)
28. Федеративное устройство РФ, Президент РФ, Федеральные Собрания, правительство РФ.
29. Судебная власть (глава 7 Конституции РФ).
30. Местное самоуправление (глава 8 Конституции РФ).
31. Понятие, предмет, метод и система административного права.
32. Структура административного права.
33. Субъекты административного права.
34. Административные правоотношения.
35. Понятие и виды административных наказаний.
36. Гражданское право. Понятие и функции.
37. Принципы гражданского права.
38. Источники гражданского права.
39. Объекты гражданских правоотношений.
40. Понятие и содержание права собственности.
41. Договор.
42. Понятие, принципы и система уголовного права.
43. Понятие преступления и его виды.

	44. Обстоятельства исключающие преступность деяния. 45. Понятие, цели, виды уголовных наказаний. 46. Виды преступлений. 47. Трудовое право. 48. Трудовые отношения. 49. Трудовой договор. 50. Рабочее время. 51. Оплата труда. 52. Юридическая ответственность.
Б1.О.11 Основы самоорганизации личности в процессе обучения и профессиональной деятельности	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: - устный опрос; <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: - устные ответы; - письменные работы (реферат, эссе); <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета. <i>Вопросы к устному опросу</i> Раздел 1. Профессиональное высшее образование как общественная и личностная ценность Тема 1.1. Исторические этапы развития европейского высшего образования 1. Охарактеризуйте профессиональное образование как общественную и личностную ценность. 2. Раскройте тенденции развития системы современного профессионального образования. 3. Сущность и цели Болонского процесса. 4. Охарактеризуйте систему высшего профессионального образования современной России. 5. Охарактеризуйте университет как социальный институт и научно-учебную организацию. 6. Охарактеризуйте роль образования в становлении духовного облика человека. Тема 1.2. Человек, специалист, общество 1. Раскройте типологические различия ВНД как факторов образовательной и профессиональной успешности. 2. Охарактеризуйте специфику организации самостоятельной познавательной деятельности для представителей различных типов ВНД.

	3. Опишите профессионально значимые качества личности представителей вашей профессии. 4. Мотивы профессиональной социализации. 5. Профессиональная социализация, сущность, структура, агенты, механизмы формирования. 6. Профессиональные статусы и роли. 7. Планирование профессиональной карьеры. Тема 1.3. Образовательные технологии в системе современного высшего профессионального образования 1. Образовательные технологии в вузе. 2. Технологии работы с книгой и информационными источниками. 3. Охарактеризуйте методы работы с информацией: тезирование, цитирование, реферирование, рецензирование, разработка формально-логической модели, аннотирование, матрица идей, микротезаурус. 4. Раскройте технологию составления опорного конспекта. 5. Работа с электронными банками данных и компьютерными сетями. Тема 1.4. Профессиональная культура и профессиональное мышление 1. Что такое профессиональная культура? 2. Охарактеризуйте основные виды мышления. 3. Раскройте сущность основных операций мышления. 4. Раскройте связь между качеством профессионального мышления специалиста и имеющимся у него объемом терминологического аппарата профессии. Тема 2.1. Профессиональная идентичность и профессиональная социализация 1. Раскройте содержание понятий «профессиональная идентичность» и «профессиональная социализация». 2. Дайте интерпретацию основных положений работы В. Франкла «Человек в поисках смысла» применительно к процессу профессионального развития и социализации. 3. Проанализируйте сущности теории Я-концепции К. Роджерса применительно к процессу профессионального развития и социализации. 4. Опишите модели профессиональной идентичности Дж. Марсия. 5. Опишите критерии и модели социальной адаптации Р. Мертон. Тема 2.2. Управление временем 1. Опишите способы организации времени. 2. Охарактеризуйте значение планирования и контроля в профессиональном обучении и профессиональной деятельности.
--	--

	3. Раскройте значение тайм-менеджмента в процессе профессионально-го обучения. 4. Самомотивация управления временем. Тема 3.1. Профессиональная этика и этикет 1. Раскройте деонтологические смыслы профессиональных практик. 2. Сформулируйте основные положения профессионально-этического кодекса вашей профессии. 3. Этикетное поведение специалиста. 4. Межличностные отношения в профессиональном коллективе. 5. Социальный смысл отношений любви. Измерения любви по Пити-риму Сорокину. Тема 3.2. Социальный конфликт 1. Межличностные отношения в профессиональном коллективе. 2. Конфликт и кризис. Функции конфликта. 3. Стратегии преодоления межличностных конфликтов. 4. Конфликты в профессиональной сфере. 5. Структура социальных конфликтов. <i>Примерная тематика рефератов и эссе</i> 1. Значение науки в развитии личности и общества. 2. Специфические черты университетского образования. 3. Роль личностной и профессиональной самоидентификации студента в результативности обучения. 4. Характеристика роли самостоятельной работы в процессе становления специалиста. 5. Общественные и личностные смыслы профессионального образования. 6. Факторы, влияющие на профессиональную успешность специалиста. 7. Ценности современного профессионального образования. 8. Типологические характеристики ВНД, оказывающие влияние на характер учебной и профессиональной деятельности. 9. Основные агенты профессиональной социализации. 10. Основные типы социальной адаптации человека. 11. Какова роль табу в становлении социального в человеке. 12. Личностное и социальное значение проблемы нравственного выбора. 13. Культура как фактора общественного развития. 14. В чем смысл понятий «человек культуры» и «культурный человек»? 15. Профессиональная культура. 16. Функции культурного диалога в личностном, социальном и профессио-нальном контекстах. 17. Роль понятийного аппарата в организации профессионального мышле-ния. 18. Основные операции мышления. 19. Феномен любви как созидаящая энергия в социологической концепции Питирима Сорокина.
--	--

	20. Сущность профессионально-этических кодексов. 21. Что такое «интеллигентность»? 22. Взаимосвязи между культурой личности и профессиональным поведением. 23. Принципы этикетного поведения в профессии. 24. Причины возникновения социальных конфликтов в профессиональной сфере. 25. Функции социальных конфликтов. 26. Характеристика основных этапов социального конфликта. 27. Стратегии конфликтного поведения. Разрешение социальных конфликтов. 28. Последствия конфликтов в сфере власти. 29. «Болевые точки» межнациональных конфликтов. 30. Конфликты в профессиональных средах. <i>Примерные вопросы к зачету по дисциплине</i> 1. Исследовательская работа студентов в вузе как фактор становления их профессионального мышления. 2. Профессиональное образование: общественные и личностные ценности и смыслы. 3. Проблема формирования «образа профессионального Я» как фактора успешности профессионального обучения. 4. Типы высшей нервной деятельности и индивидуальные особенности познавательной активности. 5. Профессиональная идентичность. Модели идентичности по Дж. Марсиа. 6. Сущность профессиональной социализации. Основные механизмы профессиональной социализации личности. 7. Ценностные ориентации студентов и их роль в успешности образовательной деятельности. 8. Типология социально-профессиональной адаптации студентов в образовательном процессе. 9. Влияние этических норм на социальную и профессиональную практику. 10. Факторы тревожности в молодежных субкультурах. 11. Культурная самоидентификация и самодетерминация личности в образовательном пространстве. 12. Гуманитарное мышление и его основные характеристики. Диалогичность мышления. 13. Сущность самоорганизации личности в обществе, культуре и профессии. 14. Профессионально значимые качества личности в вашей профессии. 15. Роль самообразовательной деятельности в становлении специалиста. 16. Тайм-менеджмент в профессиональном обучении. 17. Профессиональная компетентность: сущность и структура. 18. Технология домашней самостоятельной работы с конспектом лекции. 19. Профессиональная Я-концепция. 20. Технология подготовки к семинарскому занятию.
--	--

	21.Виды и операции мышления. 22.Учет типологии ВНД в образовательной и профессиональной деятельности. 23.Профессиональная компетентность. Ключевые компетенции вашей профессии. 24.Основные этапы становления высшего профессионального образования в Европе и России. 25.Роль понятийного аппарата в организации профессионального мышления. 26.Образование как ценность. 27.Профессионально-этические кодексы. 28.Интеллигентность как фактор профессиональной успешности. 29.Взаимосвязи между культурой личности и профессиональным поведением. 30.Этика и этикет в профессиональной деятельности. 31.Модели социальной адаптации личности по Р. Мертону. 32.Социальные конфликты и способы их разрешения. 33.Этапы социального конфликта.
Б1.О.13 Деловые коммуникации	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос • подготовка презентацией в Power Point • анализ разработанных студентами исследовательских инструментов • аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, экзамена. <i>Примеры тестовых заданий</i> Тестовое задание № 1 А. Деловое общение основывается на знаниях: 1. социологии; 2. психологии; 3. менеджмента; 4. логики; 5. всех выше перечисленных дисциплин. + Б. К вербальным средствам общения относятся: 1. устная речь; 2. письменная речь 3. устная и письменная речь; + 4. интонации голоса;

	5. грамотность. В. Какие из перечисленных средств общения относятся к невербальным? 1. жесты; 2. позы; 3. мимика; 4. выражение лица; 5. все перечисленные.+ Г. В процессе общения за восприятием сообщения партнером следует:... 1. оценка сообщения; 2. интерпретация сообщения; 3. обратная связь; 4. выделение и понимание смысловой части;+ 5. передача сообщения. Д. Ключевая фаза общения – это 1. восприятие; + 2. выбор канала передачи сообщения; 3. прогноз имеющейся у собеседника картины мира и стремление в максимальной уровня приблизить к ней наше сообщение; 4. выбор слов и грамматики; 5. обратная связь. Тестовое задание № 2 А. К ошибкам в процессе подготовки переговоров и бесед относится: 1. не готовиться к переговорам вообще;+ 2. полагаться на импровизацию; 3. поиск решения в процессе переговоров/беседы; 4. учет мельчайших деталей встречи; 5. все перечисленное. Б. Подготовка к переговорам включает следующие этапы: 1. выявление области взаимных интересов; 2. установление рабочих отношений с партнером; 3. решение организационных вопросов (повестка дня, место и время встречи); 4. формулировка вариантов решения и предложений по обсуждаемым вопросам; 5. все перечисленное.+ В. К правилам, позволяющим заинтересовать собой и заинтересоваться тем, с кем общаешься относится:
--	--

1. выбор общеинтересной темы;
 2. использование шуток и острот;
 3. форма возражений, типа «Мне кажется, Вы ошибаетесь», «По-видимому, Вы неверно информированы»;
 4. замена односложных ответов «да – нет» на обороты: «К сожалению, это невозможно»;
 5. все перечисленное. +
- Г. Умение слушать состоит, по мнению специалистов в этой области, из следующих слагаемых:
1. внимание;+
 2. дружелюбие;+
 3. активность;+
 4. компетентность;
 5. доброжелательность.
- Д. Какой из перечисленных признаков не относится к признакам конструктивной фазы конфликта?
1. полный уход от предмета обсуждения; +
 2. разногласия не принимают необратимого характера;
 3. проявляется взаимная неудовлетворенность ходом общения;
 4. проявляется взаимная неудовлетворенность друг другом;
 5. оппоненты адекватно оценивают свое состояние и состояние партнера.
- Контрольные вопросы для проведения текущего контроля
1. Ведение делового совещания.
 2. Взаимодействие организации с государственными, региональными и муниципальными органами.
 3. Влияние на партнеров по бизнесу.
 4. Восприятие и понимание в процессе общения.
 5. Деловая беседа как основная форма делового общения.
 6. Деловая этика: задача и специфика.
 7. Деловое общение: виды, структура, функции.
 8. Деловое совещание как форма делового общения.
 9. Деловые коммуникации: понятие, виды и формы.
 10. Деловые переговоры как разновидность общения
 11. Деловые переговоры: подготовка, ведение, анализ результатов переговоров.
 12. Зоны и дистанции деловой коммуникации.
 13. Использование манипулятивных техник в деловом общении.
 14. Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе: навык активного слушания; навык составления вопросов и их постановки перед собеседником.
 15. Коммуникативные типы деловых партнеров.

16. Конфликты в служебных отношениях.
17. Межкультурное общение.
18. Национальные стили ведения деловых переговоров.
19. Национальный характер речевого этикета в деловом общении.
20. Общение как взаимодействие.
21. Общение как коммуникация.
22. Общие этические принципы и характер делового общения.
23. Особенности публичного выступления.
24. Правила поведения в конфликте.
25. Психологические особенности управленческой деятельности.
26. Структура организации и стандарты поведения.
27. Тактические приемы ведения переговоров.
28. Требования к ведению телефонных переговоров.
29. Этикет и культура поведения делового человека.
30. Этикет работы в компьютерных сетях.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

Тематика эссе

1. Социальная перцепция: наблюдательность и ее развитие.
2. Механизмы социальной перцепции.
3. Слагаемые успеха в деловой беседе по телефону.
4. Переговорный процесс: как противостоять манипуляции?
5. Эффективная самопрезентация: слагаемые успеха.
6. Барьеры общения: распознавание и преодоление.
7. Деловая переписка: типичные ошибки.

Тематика рефератов

1. Деловая коммуникация как средство повышения социального статуса.
2. Вербальные и невербальные средства общения.
3. Коммуникативные процессы в структуре профессиональной деятельности.
4. Слагаемые эффективности речи делового человека.
5. Коммуникативные барьеры: семантический барьер, логический барьер, фонетический барьер.
6. Деловая беседа по телефону: особенности, правила ведения.
12. Переговорный процесс как форма делового общения.
7. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение.
8. Презентация, ее смысл и назначение, особенности подготовки и проведения.
9. Виды деловых писем; структура и оформление делового письма, языковые клише.

- | | |
|--|---|
| | <p>10. Деловая переписка по Интернету.</p> <p>11. Документирование управленческой деятельности.</p> <p><i>Тематика презентаций</i></p> <p>1. Барьеры общения: распознавание и преодоление.</p> <p>2. Вербальные и невербальные средства общения.</p> <p>3. Виды деловых писем; структура и оформление делового письма, языковые клише.</p> <p>4. Деловая беседа по телефону: особенности, правила ведения.</p> <p>5. Переговорный процесс как форма делового общения.</p> <p>6. Деловая коммуникация как средство повышения социального статуса.</p> <p>7. Деловая переписка по Интернету.</p> <p>8. Деловая переписка: типичные ошибки.</p> <p>9. Документирование управленческой деятельности.</p> <p>10. Коммуникативные барьеры: семантический барьер, логический барьер, фонетический барьер.</p> <p>11. Коммуникативные процессы в структуре профессиональной деятельности.</p> <p>12. Механизмы социальной перцепции.</p> <p>13. Переговорный процесс: как противостоять манипуляции?</p> <p>14. Презентация, ее смысл и назначение, особенности подготовки и проведения.</p> <p>15. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение.</p> <p>16. Слагаемые успеха в деловой беседе по телефону.</p> <p>17. Слагаемые эффективности речи делового человека.</p> <p>18. Социальная перцепция: наблюдательность и ее развитие.</p> <p>19. Эффективная самопрезентация: слагаемые успеха.</p> <p><i>Вопросы к экзамену по дисциплине (1 семестр)</i></p> <p>1. Понятие деловое общение и деловые коммуникации.</p> <p>2. Структура общения.</p> <p>3. Интерактивная сторона общения.</p> <p>4. Коммуникативная сторона общения.</p> <p>5. Виды барьеров в коммуникации.</p> <p>6. Причины плохих коммуникаций.</p> <p>7. Стереотипы и установки в деловых коммуникациях.</p> <p>8. Перцептивная сторона общения.</p> <p>9. Понятие конфликта. Виды конфликтов.</p> <p>10. Причины возникновения конфликтов в деловых коммуникациях.</p> <p>11. Вербальная коммуникация. Виды речи.</p> <p>12. Невербальная коммуникация. Функции и средства невербальной коммуникации.</p> |
|--|---|

- в) сообщать информацию г) ловить беглых рабов
3. Уже в античности предпринимались первые попытки регулирования рекламной деятельности, за соблюдением таких ограничений в античных городах следили:
- а) Аэд б) Центурион в) Эдил г) Октавий д) Астином е) Агораном
4. В античности лежат истоки таких жанров, как:
- а) Плакат б) Рекламная акция в) Каталог г) Торговая марка
д) Афиша е) Вывеска
5. Реклама в античности применялась в следующих социальных сферах:
- а) семейные и межличностные отношения
б) личностная и институциональная реклама
в) экономика
г) юриспруденция
д) социальная реклама
е) религия
ж) зрелища
з) политика
6. Символическая маркировка животных, рабов – _____
7. Для обмена информацией в эпоху Античности стены общественных зданий покрывались мелом или белой краской, такая поверхность именовалась _____.
9. Геральдика – это наука изучающая:
- а) происхождение рода б) гербы
в) товарные знаки г) средневековые обычаи
10. Отпечатки рисунков, вырезанных на деревянных или металлических досках и смазанных специальным составом - _____.
11. В позднем Средневековье лежат основы таких жанров, как:
- а) Афиша
б) Проспект
в) Листовки
г) Прейскуранты
д) Каталоги манускриптов
12. Прямой предшественник современной листовки в Западно-Европейском Средневековье _____
13. Письменная реклама позднего Средневековья включала в себя:
- а) Афиши
б) Протогазету

- в) «Летучие листки»
г) альбумы
д) рукописные объявления («si quis»)
14. Переворот в тиражировании информации в XV в. связан с _____
15. Первое адресное бюро во Франции 1629 г. организовал - _____.
16. Французская «Газетт» начала выходить:
- а) с 1629 г.
б) с 1703 г.
в) с 1630 г.
г) с 1631 г.
17. «Отцом» английской рекламы считают - _____
18. Первые попытки правового регулирования рекламной деятельности в середине XVIII века были предприняты:
- а) в Англии
б) во Франции
в) в Германии
г) в России
- в связи с _____
19. Создал славу и внес значительный вклад в развитие французского плаката:
- а) Оноре Домье
б) Жюль Шере
в) Анри Тулуз-Лотрек
г) Альфонс Муха
20. Власти Франции боролись с повсеместным расклеиванием газет следующим образом:
- а) срывали газеты со стен
б) расклейщиков штрафовали
в) расклейщиков сажали в тюрьмы
г) поставили газетные киоски
21. «Люди - сэндвичи» впервые появились:
- а) в Англии
б) в Германии
в) в США
г) во Франции
22. Премияльная торговля в 19 веке активно использовалась:
- а) в Англии
б) в Германии
в) в России
г) в США
23. Организатор первого рекламного агентства в США 1841 г. _____
24. «Отец» национальной американской рекламы _____
25. Рекламной новацией последней трети 19 века в США стало появление:
- а) транзитной рекламы
б) наружной рекламы

б) директ мейл г) рекламы в прессе

26. Ведущие стили в американской рекламе начала XX века:

а) _____

б) _____

27. Назовите имена ведущих рекламистов мира _____.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Лубочный стиль в рекламе – причины популярности.
2. Лубочный стиль в рекламе в контексте массовой культуры.
3. Реклама в стиле модерн: от середины XIX века к середине XX.
4. Геральдика в России и особенности социального развития страны.
5. Сто лет рекламы напитка «Кока – кола».
6. Рекламные кампании, изменившие мир.
7. Арт-деко – звездный стиль в рекламе.
8. Мифологема свободы в рекламе сигарет «Malboro».
9. «Красотки» в рекламе (стиль пин-ап и женские образы в американской рекламе в 30-е и 40-е годы).
10. Художники рекламы XIX века.
11. «Мыльные оперы» - история и современность.
12. А.Муха и А. Тулуз-Лотрек: общее и особенное в творчестве.
13. Зачарованный мир О.Бердслея.
14. Стиль, стилизация, стилизаторство: примеры из истории рекламы.
15. Поп-арт, оп-арт и т.д. Реклама и популярные художественные стили середины XX века.
16. Неорусский стиль в рекламе: традиционализм или модерн?
17. Творцы рекламы XX века: сопоставительный анализ концепций рекламирования.
18. «Крики улиц». Русская устная реклама.
19. Бесстилевая коммерческая реклама в России: проблемы эстетики.
20. Советская реклама в 50-е годы: торжество социалистического реализма и начало новой эстетики.
21. Образы рекламы и историческая память.
22. Рекламный гламур: современный стиль или повторение пройденного?
23. Реклам-конструктор «Маяковский-Родченко».
24. «Выгодно мне-выгодно государству» - специфика мотивации в советской рекламе.
25. Рекламный плакат советского авангарда: почему он так популярен сегодня.
26. Социальный дискурс советской рекламы.

27. Зачем и как: история всемирных выставок.
 28. От Макарьевской ярмарки к ВДНХ: особое значение выставочного дела в России.
 29. «Реклама идей» в СССР (рекламные технологии в пропаганде).
 30. Реклама в СССР: реклама или пропаганда?
 31. «Русские мотивы» в рекламе – причины популярности в конце XIX века.
 32. Женщина в дореволюционной и советской рекламе.
 33. Мужчина в дореволюционной и советской рекламе.
 34. Дети в дореволюционной и советской рекламе.
 35. Смирновская водка и шутовский коньяк: сопоставление рекламы и приемов маркетинга.
 36. Реклама на спичечных этикетках в 50-60-е годы в СССР: мир дедушкиного детства.
 37. Пространство рекламы как родина поп-арта.
 38. Реклама кондитерских фабрик в дореволюционный и послереволюционный период в России.
 39. Реклама парфюмерии: образы и темы (исторический обзор).
 40. Первые отечественные учебники по рекламе: книги Н.Плисского и А.Веригина в современном прочтении.
 41. Прошлое рекламы – ушло ли оно в прошлое?
- Вопросы к экзамену*
- 1 Глашатаи — первые профессионалы рекламного дела.
 - 2 Жанровая дифференциация устной рекламы в античном городе.
 - 3 Варианты предметно-изобразительной рекламы в античности.
 - 4 Письменная реклама: граффити, album, римская протогазета.
 - 5 Способы регулирования рекламного процесса в античности.
 - 6 Рекламные функции средневековых городских глашатаев.
 - 7 Рекламная деятельность герольдов.
 - 8 Фольклорные виды устной рекламы Средневековья.
 - 9 Изобразительная реклама развитого Средневековья.
 - 10 Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе.
 - 11 Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья.
 - 12 Рекламные новации в английской культуре в XIX в.
 - 13 История появления подвижных рекламных приспособлений.
 - 14 Ведущие мастера французского рекламного плаката.
 - 15 Особенности рекламной деятельности во Франции XIX в.
 - 16 Направления развития рекламы в Германии XIX века.
 - 17 Выставки как общеевропейский рекламный жанр.
 - 18 Развитие рекламы в США во второй половине XIX века.

- 19 История упаковки, ее рекламные функции.
- 20 Американская реклама от рубежа веков до Первой мировой войны.
- 21 Вклад в развитие рекламного дела виднейших рекламистов мира: Дж. Джилрой, Дж. Гэллап, Дж. Гриббин, Д. Огилви, Д. Уиден, Л. Бернетт, Р.Рубикам, А. Ласкер, У. Бернбах и др. (по выбору).
- 22 Крупнейшие международные рекламные агентства.
- 23 Сто лет рекламы напитка «Кока – кола».
- 24 Рекламные кампании, изменившие мир.
- 25 Поп-арт, оп-арт и др. популярные художественные стили в рекламе середины XX века.
- 1 Особенности становления рекламной коммуникации в России в связи со спецификой ее исторического развития.
- 2 Элементы российской проторекламы.
- 3 Виды ярмарочной рекламы.
- 4 Начало живописных и рукописных вывесок.
- 5 Конклюзии и начало печатных афиш.
- 6 Фольклорно-ярмарочные корни российской рекламы.
- 7 Рекламный лубок и лубочные традиции в российской рекламе.
- 8 Политическая и религиозная реклама в XVII в.
- 9 Рекламные летучие листки и начало печатной газеты в XVIII в.
- 10 Реклама в российских газетах в XVIII в.
- 11 Эволюция лубочного творчества в XIX веке.
- 12 Афиша и вывеска в XIX- начале XX века.
- 13 Фирменный знак, малые изобразительные формы рекламы.
- 14 Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX веков.
- 15 Начало фоторекламы в России.
- 16 Российские выставки как синтетический рекламный жанр.
- 17 Серебряный век рекламы или основные стилистические направления русской рекламы конца XIX-начала XX века.
- 18 Рекламная графика художников группы «Мир искусства».
- 19 Русский авангард в рекламе.
- 20 Конструктивизм как стиль в отечественной рекламе.
- 21 Реклама в каноне социалистического реализма.
- 22 Изобразительная метафора как стиль рекламы 60- 70-х гг. XX в.
- 23 Реклам-конструктор «Маяковский-Родченко».
- 24 Рекламный плакат советского авангарда.
- 25 От Макарьевской ярмарки к ВДНХ: особое значение выставочного дела в России.

	26 «Реклама идей» в СССР (рекламные технологии в пропаганде). 27 Смирновская водка и шустовский коньяк: сопоставление рекламы и приемов маркетинга. 28 Реклама на спичечных этикетках в 50-60-е годы в СССР. 29 Реклама кондитерских фабрик в дореволюционный и послереволюционный период в России. 30 Особенности рекламной деятельности в эпоху революции и гражданской войны. 31 Реклама в условиях НЭП. 32 Рекламный процесс в 30-е годы XX в.. 33 Эволюция рекламного процесса во время Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы. 34 Реклама периода перестройки.
Б1.О.15 Имиджелогия	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос, • аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения, • тестовые Промежуточный контроль по результатам семестров по дисциплине проходит в форме экзамена (1 семестр) Примеры тестовых заданий 1. Назовите количество этапов, согласно стратегии рекламы: А) 7 Б) 5 В) 6 Г) 10 2. Виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке – это: А) поддержка торговой активности Б) персональные продажи В) стимулирование сбыта Г) имидж 3. Достижение высокой общественной репутации фирмы – это: А) сейлз-промоушн Б) паблик-релейшнз В) директ-маркетинг

Г) таргетинг

4. Выберите два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

а) реклама и пропаганда
б) товарная реклама и фирменный стиль
в) реклама и фирменный стиль
г) пропаганда и рекламный слоган

5. Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

А) прямая реклама
Б) безличная реклама
В) товарная реклама
Г) престижная реклама

6. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или одно сгибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

А) листовка
Б) плакат
В) буклет
Г) проспект

7. Выберите верное определение: программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, проецируемых на одном или нескольких экранах:

А) кинофильм
Б) видеофильм
В) слайд-фильм

8. Выберите верное определение: информация, которая зачитывается диктором – это:

А) радио-объявление
Б) радиоролик
В) телеролик
Г) телерепортаж

9. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:

А) почтовая реклама
Б) наружная реклама
В) подарочные изделия
Г) рекламные сувениры

Ответы: 1-В; 2-А; 3-В; 4-А; 5 –В; 6-Б; 7-А; 8 – Б; 9-В.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Аксессуары в имидже;
2. Аудиальные элементы имиджа;
3. Визуальные элементы имиджа;
4. Динамические элементы имиджа;
5. Имидж антропоморфного ландшафта.
6. Имидж города;
7. Имидж государства;
8. Имидж и архетипы;
9. Имидж и его социальные функции;
10. Имидж и неотипы;
11. Имидж представителя творческих профессий;
12. Имидж территории;
13. Имидж, мода и стиль;
14. Константы имиджа;
15. Концептуальные подходы к имиджу;
16. Корпоративная культура и корпоративный имидж;
17. Мифологизация в имидже;
18. Основания корпоративного имиджа;
19. Политический имидж;
20. Речевой имидж;
21. Самоимидж и самопрезентация;
22. Символические элементы имиджа;
23. Социальные факторы как детерминанты имиджа;
24. Структура имиджа;
25. Сценический имидж;
26. Типология имиджей;
27. Эмоциональные элементы имиджа;
28. Этнокультурные факторы как детерминанты имиджа.

Тематика эссе, рефератов и презентаций

1. «Естественное» и «искусственное» формирование группового имиджа.
2. Атрибуты имиджа делового человека.
3. Аудиальный образ в имиджмейкинге.
4. Взаимодействие с органами массовой информации в имиджмейкинге.
5. Визуальный имидж в имиджмейкинге.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">6. Внутренний имидж страны.7. Деформированный имидж в имиджмейкинге.8. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа в имиджмейкинге.9. Изменчивость и устойчивость имиджа в имиджмейкинге.10. Имидж государства и его составляющие.11. Имидж арт-локации.12. Имидж больших групп.13. Имидж общественных организаций.14. Имидж политических партий.15. Имидж региона.16. Имидж этноса и проблемы межнационального общения.17. Имиджевая общественная деятельность в имиджмейкинге.18. Имиджевые рекламные кампании в имиджмейкинге.19. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа.20. Имиджирование как форма самопрезентации.21. Инструментарий имиджелогии.22. Источники и факторы имиджа.23. Конструирование персонального имиджа в имиджмейкинге.24. Концептуальные характеристики имиджа.25. Корпоративный стиль и имидж.26. Корпоративный имидж в имиджмейкинге.27. Корпоративный имидж, его разновидности и структуры.28. Корректировка персонального имиджа в имиджмейкинге.29. Манипулятивные технологии в имиджмейкинге.30. Модели имиджа в имиджмейкинге.31. Мониторинг корпоративного имиджа в имиджмейкинге.32. Мониторинг оценки персонального имиджа в имиджмейкинге.33. Невербальные средства общения и визуальный имидж: поза, мимика, жесты, кинесика.34. НЛП в имиджмейкинге.35. Ольфакторный образ в имидже в имиджмейкинге.36. Определение целевых аудиторий в имиджмейкинге.37. Особенности восприятия внутреннего и внешнего имиджа страны.38. Персональная и корпоративная визуализация.39. Персональная и корпоративная мифологизация. |
|--|--|

40. Персональный имидж в имиджмейкинге.
 41. Проблемы сохранения и защиты позитивного имиджа в имиджмейкинге.
 42. Программы формирования позитивного имиджа организации в имиджмейкинге.
 43. Проектирование корпоративного имиджа в имиджмейкинге.
 44. Профессия имиджмейкера.
 45. Развиваемый имидж в имиджмейкинге.
 46. Разработка компонентов внешнего имиджа организации в имиджмейкинге.
 47. Роль СМИ в формировании имиджа страны в массовом сознании.
 48. Самоимидж в имиджмейкинге.
 49. Современные классификации имиджа.
 50. Социальные технологии управления групповым имиджем.
 51. Социальный, культурный и символический капитал имиджа.
 52. Социокультурные и геополитические факторы формирования имиджа идентичности.
 53. Социопсихологические и социокультурные функции имиджа страны.
 54. Спонтанный имидж в имиджмейкинге.
 55. Структура и атрибуты имиджа делового человека.
 56. Структура имиджа.
 57. Сценический имидж в имиджмейкинге.
 58. Технические задачи имиджевых коммуникаций в арт-бизнесе.
 59. Технологии формирования и коррекции группового имиджа.
 60. Управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования.
 61. Управление имиджем в общественном мнении.
 62. Управление персональным имиджем в имиджмейкинге.
 63. Формирование и управление имиджем организации с помощью СМИ, PR и рекламы.
 64. Функции внешнего имиджирования в имиджмейкинге.
 65. Функции корпоративного имиджа.
 66. Функции персонального имиджа.
 67. Эталонный имидж в имиджмейкинге.
- Вопросы к экзамену по дисциплине (1 семестр)
1. Атрибуты имиджа делового человека.
 2. Аудиальный образ в имиджмейкинге.
 3. Взаимодействие с органами массовой информации в имиджмейкинге.
 4. Визуальный имидж в имиджмейкинге.
 5. Внутренний имидж страны.
 6. Деформированный имидж.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">7. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа в имиджмейкинге.8. Изменчивость и устойчивость имиджа.9. Имидж государства и его составляющие.10. Имидж больших групп.11. Имидж общественных организаций.12. Имидж политических партий.13. Имидж региона.14. Имидж этноса и проблемы межнационального общения.15. Имиджевые рекламные кампании.16. Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа.Профессия имиджмейкера.17. Имиджирование как форма самопрезентации.18. Инструментарий имиджелогии.19. Источники и факторы имиджа.20. Конструирование персонального имиджа в имиджмейкинге.21. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа.22. Корпоративный имидж в имиджмейкинге.23. Корпоративный имидж, его разновидности и структуры.24. Манипулятивные технологии в имиджмейкинге.25. Модели имиджа в имиджмейкинге.26. Мониторинг корпоративного имиджа.27. Мониторинг оценки персонального имиджа.28. Невербальные средства общения и визуальный имидж: поза, мимика, жесты, кинесика.29. НЛП в имиджмейкинге.30. Особенности восприятия внутреннего и внешнего имиджа страны.31. Особенности формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.32. Персональная и корпоративная визуализация.33. Персональная и корпоративная мифологизация34. Проблемы сохранения и защиты позитивного имиджа.35. Программы формирования позитивного имиджа организации.36. Проектирование корпоративного имиджа в имиджмейкинге.37. Разработка компонентов внешнего имиджа организации.38. Роль СМИ в формировании имиджа страны в массовом сознании.39. Современные классификации имиджа. |
|--|--|

	40. Социальные технологии управления групповым имиджем. 41. Социальный, культурный и символический капитал имиджа. 42. Социокультурные и геополитические факторы формирования имиджа идентичности. 43. Социо-психологические и социокультурные функции имиджа страны. 44. Технологии формирования и коррекции группового имиджа. 45. Управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. 46. Управление имиджем в общественном мнении. 47. Управление персональным имиджем. 48. Формирование и управление имиджем организации с помощью СМИ, PR и рекламы. 49. Функции корпоративного имиджа. 50. Функции персонального имиджа.
Б1.О.16 Экономическая теория	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос, • письменные индивидуальные задания, • расчетно-аналитические задания, • тестирование <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: • устные ответы, • письменные работы, • практические и лабораторные работы, оценка выполнения самостоятельной работы студентов. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> Тест № 1. Укажите, какая экономическая школа из ниже указанных считала предметом совей науки богатство страны: а) марксизм; б) монетаризм; в) классическая экономическая теория; г) физиократы; д) меркантилизм; е) кейнсианство.

Правильный ответ: в), г), д).

Тест № 2. Что из перечисленного изучает микроэкономика?

- а) Национальную экономику, как целостную систему;
- б) Производство в масштабе всей страны;
- в) Изменение общего уровня цен;
- г) Численность безработных в стране;
- д) Производство зерна и динамику его цены;
- е) Ничего из перечисленного.

Правильный ответ: д).

Тест № 3. Экономическая теория изучает:

- а) Деньги, банковскую систему, финансовый капитал;
- б) Производство и обмен товарами;
- в) Цены, занятость, доходы.
- г) Как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей его членов;
- д) Материальные и духовные потребности.

Правильный ответ: г).

Тест № 4. Товарное хозяйство - это:

- а) хозяйство с большим объемом производимых товаров;
- б) производство товаров и услуг для продажи;
- в) изготовления качественных продуктов для внутренних нужд производителя;
- г) хозяйство, в котором применяются современные машины и оборудование;
- д) все предыдущие ответы верны.

Правильный ответ: б).

Тест № 5. Рынок как экономическая система представляет:

- а) систему хаоса, анархии и неопределенности;
- б) сложный механизм координации, действующий через систему рынков, цен, прибылей, убытков, конкуренции;
- в) систему экономических отношений производителей и потребителей;
- г) систему, предполагающую широкое использование капитала с целью повышения эффективности экономики;
- д) ни одно из утверждений не является верным.

Правильный ответ: б).

Тест № 6. Говоря о «невидимой руке» рынка, А.Смит полагал, что поведение производителей и покупателей определяется:

	а) благотворительными (альтруистическими) мотивами; б) стремлением реализовать частые экономические интересы, направленные на получение максимальной выгоды; в) разделением труда и специализацией производителей; г) денежными доходами населения. Правильный ответ: б). Тест № 7. Рыночная экономика служит общественным интересам, когда отдельные хозяйственные субъекты преследуют свои собственные экономические интересы, потому что: а) существует социальная ответственность руководителей бизнеса; б) существуют конкурентные рынки; в) рыночный механизм координируется и регулируется государством; г) отдельные предприниматели проявляют понимание общественного интереса. Правильный ответ: б). Тест № 8. Решение проблемы «что производить» в рыночной экономике зависит от: а) уровня специализации производителей и их кооперации друг с другом; б) размеров государственного финансирования отраслей народного хозяйства; в) развития конкурентных рынков; г) от динамики и объема потребительского спроса. Правильный ответ: в). Тест № 9. Для современных условий характерна: а) социальная рыночная экономика, обеспечивающая социальную защищенность трудящихся и гарантии нормальных условий жизни для каждого человека; б) рыночная экономика без социальных регуляторов и гарантий; в) «дикая» рыночная экономика с разгулом анархии и криминалитета; г) сложный механизм координации экономики, действующий через систему цен и рынков. Правильный ответ: а). Тест № 10. Отметьте среди указанных факторов те, которые не оказывают влияния на рыночный спрос: а) доходы потребителя; б) цены на взаимозависимые товары; в) реклама; г) цены на экономические ресурсы; д) численность покупателей; е) совершенствование технологий. Правильный ответ: г), е). <i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i>
--	---

1. Формы предпринимательства в рыночной экономике. Их взаимосвязь и приоритеты.
2. Малый бизнес: характерные черты, зарубежный опыт и проблемы становления в России.
3. Сегментация рынка и изучение потребителя. Анализ факторов, определяющих спрос потребителя.
4. Влияние на выбор потребителя изменения в ценах и доходах.
5. Понятие и основные источники накопления капитала.
6. Анализ кругооборота и оборота промышленного капитала. Время оборота и его основные стадии.
7. Основные показатели эффективности использования капитала.
8. Основные факторы роста производительности общественного труда.
9. Амортизационные фонды. Задачи обновления основного капитала в ведущих отраслях промышленности России.
10. Значение и основные пути снижения издержек. Технический прогресс и динамика издержек.
11. Сравнительный анализ издержек различных отраслей народного хозяйства.
12. Прибыль и рентабельность фирмы. Проблемы повышения рентабельности предприятий в российской экономике.
13. Концепции прибыли в различных экономических школах.
14. Основы рыночного ценообразования. Политика цен фирмы, отрасли, государства.
15. Рынок труда. Проблемы занятости и безработицы в рыночной экономике.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Предмет и функции экономической теории. Методы экономических исследований.
2. Общественное производство: понятие, структура, факторы.
3. Ограниченность экономических ресурсов и экономический выбор.
4. Экономическая система: понятие, типы, модели. Координация выбора в различных системах.
5. Собственность: экономическое содержание, формы. Эволюция форм собственности.
6. Рынок и рыночная экономика. Функции рынка.
7. Товар и его свойства. Трудовая теория стоимости. Основные положения теории предельной полезности.
8. Деньги, их сущность и функции. Эволюция денег.
9. Спрос. Закон спроса. Факторы, определяющие спрос.
10. Предложение. Закон предложения. Факторы, определяющие предложение.
11. Рыночное равновесие, его устойчивость. Цена, ее функции в рыночной экономике.
12. Эластичность спроса. Факторы эластичности спроса. Перекрестная эластичность.
13. Эластичность предложения. Факторы эластичности предложения.
14. Поведение потребителя в рыночной экономике. Потребительские предпочтения. Оптимум потребителя.
15. Издержки производства и прибыль.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">16. Издержки производства в краткосрочном периоде. Производственная функция.17. Издержки производства в долгосрочном периоде.18. Оптимальный размер фирмы и структура отраслей.19. Конкуренция: понятие, виды, функции.20. Совершенная конкуренция, ее условия. Спрос и предложение фирмы в условиях совершенной конкуренции.21. Поведение фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции.22. Динамика прибыли и объема предложения в долгосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции.23. Несовершенная конкуренция, ее предпосылки. Структура рынка несовершенной конкуренции.24. Монополистическая конкуренция, ее условия. Особенности монополистической конкуренции в России.25. Поведение фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах в условиях монополистической конкуренции.26. Олигополия, ее характеристика. Олигополия как преобладающий тип рынка в России.27. Разновидности олигополии как вариант поведения фирмы на олигополистическом рынке.28. Проблемы эффективности олигополии. Крупный бизнес в России.29. Монополия, ее характеристика. Последствия монополизации.30. Принципы антимонопольной политики.31. Предпринимательство, его функции и организационные формы.32. Фирма. Понятие, виды и роль в экономике.33. Государственное предпринимательство, его роль и значение.34. Особенности рынка факторов производства.35. Рынок труда и заработная плата. Модели рынка труда.36. Рынок труда в Российской Федерации.37. Капитал как фактор производства. Различные подходы к определению капитала. Капитал фирмы и его структура.38. Процент, понятие, теории происхождения процента.39. Аграрный сектор экономики. Рента и цена земли.40. Рынок невозобновляемых ресурсов, его особенности.41. Система национальных счетов: сущность, содержание, функции.42. Основные макроэкономические показатели.43. Макроэкономическое равновесие. Совокупный спрос и совокупное предложение44. Потребление, сбережения и инвестиции, их взаимосвязь.45. Теория мультипликатора. |
|--|--|

	46. Экономические циклы: понятие, виды. Фазы цикла в различных моделях. Особенности современных циклов. 47. Безработица: типы, причины, показатели. Особенности безработицы в России. 48. Инфляция: понятие\ . Типы, причины, последствия. Антиинфляционная политика и ее основные инструменты. 49. Экономический рост, его факторы, показатели, типы. 50. Понятие и типы денежных систем. Денежное обращение и его структур 51. Спрос и предложение денег. Равновесие на денежном рынке. 52. Экономическая природа кредита, его принципы и формы 53. Структура современной кредитной системы. 54. Финансы и финансовая система: содержание, структура, функции. 55. Государственные финансы, их структура. Государственный бюджет. 56. Налоги и налоговые системы Виды налогов. 57. Объективные основы государственного регулирования экономики, его цели и методы. 58. Социальная политика государства, ее цели и основные направления. Особенности социальной политики в РФ. 59. Доходы населения, их источники, виды, принципы распределения. Неравенство доходов. 60. Государственная политика доходов, ее особенности в РФ.
Б1.О.17 Фотография	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос • подготовка презентацией в Power Point • выставка фотопроектов • аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения • тестовые задания <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена. <i>Примеры тестовых заданий</i> тест № 1 1. Определение фотоаппарата А Оптический прибор для получения скрытого изображения Б Современный прибор для получения негативного изображения В Механический прибор для получения изображения на фотографическом материале Г Электронный оптико – механический прибор, предназначенный для получения изображения на фотографическом материале

	2. Определение видоискателя А Устройство для наблюдения за снимаемым объектом и определения границ снимаемого пространства Б Устройство визирования и наблюдения за снимаемым объектом В Система линз для наблюдения за снимаемым объектом и наводки на резкость 3. Классификация затворов А По шагу выдержек, по точности срабатывания, по надежности, по месту расположения Б Межлинзовые, внутриобъективные, корпусные, заднерасположенные В Центральные, шторные, ламельные Г Ламельные, шторные (шторно – щелевые), центральные (межлинзовые) 4. Вспомогательные устройства А Счетчик кадров, автоспуск, гнездо крепления спускового тросика, штативное гнездо, экспозиционное устройство, рычаг оценки резкости, синхроконттакт, гнездо крепления электронной лампы вспышки, напоминающее устройство Б Счетчик кадров, автоспуск, гнездо спускового тросика, напоминающее устройство, шкала глубины резкости, синхроконттакт, штативное гнездо, экспонометр, «горячий башмак» для крепления фотографической вспышки. В Счетчик кадров, автоспуск, синхроконттакт, гнездо штативное, напоминающее устройство 5. Определение объектива А Оптический прибор состоящий из линз Б Система линз для получения изображения на фотоматериале В Оптический прибор, состоящий из системы линз, заключенных в оправу и предназначенный для получения резкого и геометрически правильного изображения на светочувствительном материале Г Оптический прибор, предназначенный для получения резкого и геометрически правильного изображения на фотопленке 6. Устройство фотообъектива А Оправа, система линз, диафрагма, кольцо диафрагмы, кольцо расстояний, шкала расстояний, шкала глубины резкости, шкала диафрагм Б Оправа, система линз, диафрагма, кольцо диафрагмы, кольцо расстояний, шкала расстояний, шкала диафрагм, рычаг оценки глубины резкости В Оправа, система линз, диафрагма, кольцо диафрагмы, кольцо расстояний, шкала расстояний, шкала глубины резкости, шкала диафрагм, рычаг оценки глубины резкости, устройство для крепления к фотоаппарату 7. Классификация объективов А Мягко рисующие, нормальные, жестко рисующие, контрастные
--	--

	Б Широкоугольные, сверхширокоугольные, нормальные, узкоугольные, телеобъективы, панкратические В «рыбий глаз», сверхширокоугольные, нормальные, узкоугольные, «глаз орла», длиннофокусные, телеобъективы, зеркальные, панкратические, ZOOM 8. Светочувствительные материалы А Фотографическая пленка, фотографическая бумага Б Негативные, позитивные, обрабатываемые В Низкой чувствительности пленки и бумаги, средней чувствительности пленки и бумаги, высокой чувствительности пленки и фотопластины Г Пленки, листовые пленки, фотопластины, фотобумага 9. Устройство фотоаппарата А Корпус, затвор, видоискатель, пентапризма, объектив Б Корпус, видоискатель, затвор, объектив, вспомогательные устройства В Корпус, видоискатель, затвор, объектив, фокусирующее устройство Г Экспозиционное устройство, автофокус, вспомогательные устройства, корпус, видоискатель, лентопротяжный механизм, затвор, объектив 10. Классификация видоискателей А Встроенные и выносные, линзовые и рамочные Б Рамочные, дальномерные, зеркальные В Автофокусные, шкальные, зеркальные, дальномерные, рамочные <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1. Основные этапы изобретения фотоаппаратуры; 2. Основные этапы развития фотографии; 3. Черно-белая и цветная фотография; 4. Цифровая фотография. 5. Классификация фотообъективов и их устройство. 6. Сменные фотообъективы. 7. Основные приемы фотографирования 8. Принадлежности для фотосъемки 9. Фотосъемка со вспышкой; 10. Фотоэкспозиция и фотоэкспонетры <i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i> 1. Основные этапы изобретения и развития фотографии. 2. Способы замера экспозиции по яркости и освещенности объекта съемки 3. Фотоматериалы, их характеристики, создание фотоархива.
--	--

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">4. Самостоятельная работа: Изучение фотоархивов в интернет. Подготовка к обсуждению вопросов по теме на семинаре и подготовка эссе и презентаций в Power Point5. Фотография и современная визуальная культура6. Визуальная культура в урбанистической среде.7. Представление о фотографии как о картине.8. Объект съемки и проблемы его изображения на снимке.9. Способы передачи и создание динамики в кадре.10. Смысловый и изобразительный центр кадра.11. Оптический и световой акцент.12. Роль детали в кадре.13. Положение линии горизонта.14. Масштаб и масштабность изображения.15. Световое и тональное решение снимка. Тон фотографии.16. Момент фотосъемки.17. Жанры фотографии. Информационные, аналитические, художественно-публицистические. Особенности каждого жанра фотоискусства.18. Проблема образа в фотоискусстве.19. Использование изобразительных средств фотографии при фотосъемке пейзажа..20. Характерные особенности фотосъемки пейзажа в различные времена года.21. Объект фотосъемки и воплощение художественного замысла в пейзажном жанре.22. Вечерняя и ночная фотосъемка сельского и городского пейзажа.23. Решение задачи правильного воспроизведения ансамблей или отдельно стоящих зданий.24. Подбор предметов для фотосъемки натюрморта.25. Изобразительное решение натюрморта: тональное и световое решение, определение крупности плана.26. Особенности композиционного построения при фотосъемке портрета.27. Фотосъемка женского и мужского портрета.28. Особенности выполнения художественного фотопортрета.29. История развития портрета в фотографии. Первые фотопортретисты.30. Взаимовлияние живописи и фотографии в портретном жанре.31. Роль фотографии в работе художников Э. Дега, П. Чистякова, И. Крамского, Н. Ге, А. Матисса, И. Репина и других живописцев и графиков, выдающегося режиссера С. Станиславского.32. Известные фотомастера начала XX века.33. Эволюция стиля художественного снимка.34. Фотография как новый вид образного творчества. |
|--|---|

35. Фотографическое видение. Проблема образного мышления и языка в фотографическом творчестве. Фотографическое творчество в системе массовой коммуникации.

36. Эстетическая ценность и исторический смысл фоторепортажа.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Основные этапы изобретения фотоаппаратуры;
 2. Основные этапы развития фотографии;
 3. Черно-белая и цветная фотография;
 4. Цифровая фотография;
 5. Классификация фотообъективов и их устройство;
 6. Сменные фотообъективы;
 7. Основные приемы фотографирования;
 8. Принадлежности для фотосъемки;
 9. Фотосъемка со вспышкой;
 10. Фотоэкспозиция и фотоэкспонетры;
 11. Классификация фотопленок и их строение;
 12. Классификация фотобумаги и ее строение;
 13. Основные параметры и технологии обработки фотопленки;
 14. Основные параметры и технологии обработки фотобумаги;
 15. Периодизация истории фотографии;
 16. Фотография и фотографика в России;
 17. Задачи и средства фотографии;
 18. Жанры фотографии;
 19. Основные этапы изобретения фотоаппаратуры, Основные этапы развития фотографии;
 21. Классификация фотообъективов и их устройство;
 22. Основные приемы фотографирования;
 23. Принадлежности для фотосъемки;
 24. Фотоэкспозиция и фотоэкспонетры;
 25. Компьютерное и программное обеспечение для обработки фотографии;
 26. Цветокоррекция основные возможности и направления;
 27. Ретушь фотографии;
 29. Коллаж и монтаж основные отличия.
- Вопросы к экзамену по дисциплине (3 семестр)*
1. Основные этапы изобретения и развития фотографии.
 2. Научная фотография и фотоискусство.
 3. История изобретения и развития цветной фотографии.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">4. Прямой метод получения цветных фотографических изображений в натуральных цветах французского физика Г. Липмана (липмановская фотография).5. Растровый способ получения цветной фотографии, предложенный английским ученым Дж. Джоли.6. Классификация и устройство современных фотоаппаратов.7. Фотографические объективы: короткофокусные (широкоугольные), нормальные, длиннофокусные (узкоугольные), телеобъективы, с переменным фокусным расстоянием (панкратические), «рыбий глаз». Их краткая техническая характеристика и назначение.8. Объективы для малоформатных и среднеформатных фотоаппаратов.9. Принадлежности к фотоаппарату их назначение.10. Правила съемки с фотовспышкой.11. Автономные фотоэкспонетры. Фотоэкспонетры, встроенные в фотоаппарат, и экспонометрические устройства системы «ТТЛ».12. Негативная черно-белая фотопленка, ее строение. Ассортимент негативных черно-белых фотопленок, краткая характеристика.13. Цветные негативные фотопленки, их назначение и ассортимент.14. Характеристика и назначение различных групп черно-белых и цветных фотобумаг.15. Требования к компьютерному оборудованию, предназначенному для обработки фотоизображений.16. Современное программное обеспечение для записи, просмотра и вывода фотоизображений.17. Понятие «композиция кадра».18. Представление о фотографии как о картине. Объект съемки и проблемы его изображения на снимке.19. Понятие о крупности плана. Общие, средние, крупные и сверхкрупные планы.20. Точка съемки. Ракурс.21. Передача перспективы. Линейная и тональная перспективы.22. Равновесие в кадре.23. Статичная и динамичная композиция.24. Способы передачи и создание динамики в кадре. Симметрия и дисимметрия. Асимметрия.25. Ритм в фотоискусстве.26. Смысловый и изобразительный центр кадра.27. Оптический и световой акцент.28. Роль детали в кадре. Положение линии горизонта.29. Световое и тональное решение снимка. Тон фотографии.30. Кадрирование при фотосъемке и печати. Выбор формата фотографии.31. Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры.32. Жанры фотожурналистики: фотоинформация, фоторепортаж, фотосерия, фотоочерк, фотоновелла, |
|--|--|

	фотокнига. 33. Особенности среднеформатной и форматной фотосъемки. 34. Качество фотографий, полученных на фотоматериалах большего формата. 35. Ассортимент фотокамер для форматной съемки. Аксессуары средне- и форматных камер. 36. Устройство цифровых фотокамер. Сравнение возможностей аналоговых и цифровых фотокамер. 37. Ассортимент цифровых фотоаппаратов. Процессоры для цифровых камер, чипсеты и сенсоры. 38. Фотографирование пейзажа. 39. Фотосъемка архитектуры и интерьеров 40. Фотосъемка натюрморта, репродуцирование и макросъемка 41. Фотосъемка портрета 42. Репортажная и жанровая фотография. 43. Спортивная и театральная фотосъемка. 44. Оформление фотографий. Принципы монтажа экспозиций. Фотография в интерьере Примерная тематика курсовых работ 1. Фотопроект «Здесь были дети» 2. Фотопроект «Мой любимый город» 3. Фотопроект «Бездомные»
Б1.О.18 Теория и практика арт-бизнеса и рекламы	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос • тестирование <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета во 2 семестре. <i>Вопросы для проведения текущего контроля:</i> -Как определяется термин «арт-бизнес»? -Какую роль в организации арт-бизнеса играют ресурсы? Какие они бывают? -Каковы основные направления арт-бизнеса? -Какова структура заявки на финансирование проекта в арт-бизнесе? -Что обозначается термином «управление арт-бизнесом»? -Каковы проблемы современного арт-бизнеса в Российской Федерации? -Какие нормативно-правовые акты регламентируют деятельность организаций арт-бизнеса? -Что является объектом арт-бизнеса? -Специфика маркетинга в арт-бизнесе? -Управление арт-бизнесом?

	-Планирование деятельности организаций арт-бизнеса? -Эффективность арт-бизнеса? -Результативность арт-бизнеса? -Риски в арт-бизнесе? <i>Вопросы к экзамену:</i> 1. Понятие «арт-бизнес». 2. Организация арт-бизнеса, ресурсы, ресурсный потенциал организации арт-бизнеса. 3. Основные направления арт-бизнеса. 4. Структура заявки на финансирование проекта в арт-бизнесе. 5. Управление арт-бизнесом. 6. Проблемы современного арт-бизнеса в Российской Федерации. 7. Нормативно-правовые акты регламентируют деятельность организаций арт-бизнеса. 8. Объекты арт-бизнеса. 9. Специфика маркетинга в арт-бизнесе. 10. Методы и функции управления арт-бизнесом. 11. Планирование деятельности организаций арт-бизнеса. 12. Эффективность арт-бизнеса. 13. Результативность арт-бизнеса. 14. Риски в арт-бизнесе. 15. Понятие «фандрайзинг». 16. Понятие «краундфандинг». 17. Бюджет проекта арт-бизнеса. 18. Смета проекта арт-бизнеса. 19. Налоги и налогообложение арт-бизнеса. 20. Стратегия арт-бизнеса. 21. PR произведений искусства, галерей и выставок. 22. Арт-менеджмент: понятие, принципы и методы. 23. Арт-индустрия: понятие, структуры. 24. Характеристика объектов арт-индустрии. 25. Арт-индустрия России: национальный компонент, ментальность <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> 1. Арт-бизнес – это сфера, связанная с ...? -коммерческой реализацией информации и инноваций; -результатом деятельности являются уникальные продукты и услуги; -коммерческая деятельность, связанная с искусством.
--	---

	2. Основные игроки арт-бизнеса? - аукционы, галереи, арт-дилеры; - предприниматели; - предприниматели и государство. 3. Как в арт-бизнесе понимается термин «проект»? - краткосрочный план деятельности; - стратегия организации; - совокупность задач или мероприятий, связанных с достижением запланированной цели, которая обычно имеет уникальный и неповторяющийся характер. 4. Управление проектами это: - руководство коллективом исполнителей; - издание распорядительных документов; - повышение эффективности и результативности проектной деятельности в условиях выделенных ресурсов. 5. Эффективность арт-бизнеса выражается: - удовлетворением потребностей покупателей в арт-услугах, арт-объектах; - показателями финансового состояния организации арт-бизнеса; - финансовыми результатами деятельности организации арт-бизнеса.
Б1.О.19 Связи с общественностью	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос • эссе • презентации в Power Point <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: • устные ответы на коллоквиумах • тестирование. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестров по дисциплине проходит в форме зачета во 2 семестре, в форме экзамена в 3 семестре. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> 1. Паблик рилейшес как самостоятельный вид профессиональной деятельности появилось: а) в XIX веке в США; б) в 1861 г. в Великобритании; в) в 30 – е годы XX века в США; г) в XX в странах Западной Европы.

	2. Выделите из списка те направления, которые входят в сферу профессиональной деятельности PR-специалиста: а) идеологическая работа; б) общественное мнение; в) общественное питание 3. Выделите из списка те направления, которые не входят в сферу профессиональной деятельности PR-специалиста: а) правительственные связи; б) международные связи; в) правотворчество и законодательная инициатива 4. Укажите, чем PR-специалисты действительно занимаются на работе: а) написание и редактирование; б) сбор компромата на конкурентов; в) размещение рекламы 5. Укажите, чем PR-специалисты действительно занимаются на работе: а) консультирование руководства компании; в) управление и администрирование; г) выезды на чрезвычайные происшествия 6. Среди функций специалиста по связям с общественностью принято выделять группы: а) работы с покупателями; б) сбора и анализа информации; в) лоббирования 7. Среди функций специалиста по связям с общественностью принято выделять: а) работа с поставщиками; б) распространение информации; в) контроль выполнения решений 8. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) исследовательские; б) социальные; в) экономические; г) политические; д) культурные 9. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) социальные; б) культурные; в) организаторские; г) экономические; д) политические 10. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) социальные; б) экономические; в) политические; г) культурные д) планирующие 11. Выделите из указанного перечня функции специалиста по связям с общественностью, относящиеся к процессу деятельности в сфере PR: а) политические; б) культурные ; в) социальные; г) экономические; д) экспертные 12. Какие функции не входят в перечень функций специалиста по связям с общественностью: а) исследовательские; б) социальные; в) юридические; г) экономические; д) планирующие; е) экспертные; ж) политические; з) культурные 13. Выделите функции специалиста по связям с общественностью по месту в системе общественных отношений: а) исследовательские; б) социальные; в) организаторские; г) экономические; д) планирующие; е) экспертные; ж) политические; з) культурные 14. Объектами PR-деятельности являются: а) средства массовой информации; б) все граждане страны; в) общественное мнение; г) государственная власть 15. В функции PR входит: а) контроль общественного мнения; б) формирование правосознания граждан страны; в) цензура средств массовой информации; д) верны все ответы
--	---

	16. В функции PR входит: а) формирование правосознания граждан страны; в) контроль средств массовой информации; г) обучение персонала организации; д) верны все ответы 17. В функции PR входит: а) контроль общественного сознания; б) формирование правосознания граждан страны; в) менеджмент организации; д) верны все ответы; 18. К средствам PR относятся: а) средства массовой информации; б) PR службы предприятия; в) совокупность информационных технологий. 19. Результат PR как деятельности называют обычно: а) капитал; б) символический капитал; в) паблицитный капитал; г) виртуальный капитал 20. Паблик рилейшнз и пропаганда отличаются друг от друга: а) широтой охвата аудитории; б) информационными средствами; в) целями и функциями; г) степенью правдивости информации 21. Паблик рилейшнз и маркетинг имеют различия по: а) целевым аудиториям; б) целям и задачам; в) характеру коммуникативной деятельности; г) все ответы верны 22. Общественность, вовлеченную в PR-деятельность, называют: а) широкой общественностью; б) целевой общественностью; в) специализированной общественностью. 23. Группы общественности могут быть: а) целевые и приоритетные; б) формализованные и неформальные; в) по интересам 24. Группы общественности могут быть: а) профессиональные; б) активные и пассивные; в) детские и взрослые 25. Группы общественности бывают: а) формализованные и неформальные; б) профессиональные; в) отрицательные и положительные 26. Социальные группы являются: а) субъектом общественного мнения, б) объектом общественного мнения; в) предметом общественного мнения. 27. Одним из наиболее распространенных типов PR-исследований является: а) контент-анализ; б) социологическое исследование в) эконометрическое моделирование. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1. Приведите и проанализируйте известные вам определения СО. Какое из них вам кажется наиболее верным и почему. 2. Охарактеризуйте основные функции СО в области маркетинга, менеджмента, государственной службы. 3. Раскройте значение СО в социально-экономической, политической и духовной жизни современной России. 4. Назовите и прокомментируйте основные принципы связей с общественностью. 5. Известны ли Вам примеры успешного применения методов и приемов СО в отечественных государственных или коммерческих структурах? Опишите и прокомментируйте их. 6. Прокомментируйте с точки зрения СО действия отдельных кандидатов в депутаты, политических
--	---

сил и политических лидеров в период избирательной кампании.

7. Назовите и прокомментируйте принципы СО, выработанные в США в XVIII - XIX вв.

8. На каком основании США считается родиной СО? Дайте свое толкование этому утверждению, используя примеры из современной политики, экономики и предпринимательства.

9. Дайте характеристику различных этапов СО в политике, социально-экономической сфере в СССР и России с послевоенного времени и до наших дней.

10. Расскажите о первых российских СО-фирмах и первых профессионалах в области СО в России..

11. Как развивается СО-деятельность в вашем городе.

12. Дайте определение понятию «коммуникация».

13. Перечислите основные цели публичных выступлений.

14. В чем практическое значение невербальных коммуникаций?

15. Как можно классифицировать прессу?

16. Что такое новость? Приведите пример.

17. Какие функции выполняет СО-специалист?

18. Назовите различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.

19. Что такое «кейс-история», «пресс-релиз», «обзорная статья», «интервью», «брифинг», «бэкграундер», «видеоньюз-релиз», «видеопресс-релиз», «дайджест», «медиа-кит» (пресс-кит), «ньюзмейкер», «пресс-тур», «факт-лист»?

20. Кого из известных людей лучше всего привлечь к мероприятию?

21. Какие государственные и деловые структуры могут участвовать в презентации?

22. Какие материалы предназначены для непосредственной публикации в СМИ?

23. Как избежать острых конфликтов в ходе обмена информацией?

24. Какие этапы должны пройти в процессе подготовки и проведения пресс-конференции?

25. Какие мероприятия проводятся в рамках пресс-тура?

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Поле деятельности специалиста по PR в современной России.

2. Основные сферы применения PR.

3. Исторические формы коммуникации.

4. Функции PR.

5. Теория коммуникаций о распространении информации в человеческой среде.

6. Коммуникативная модель PR-технологий.

7. Использование элементарных операций в PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.

8. Подготовка и произнесение речи.

9. Подготовка и выступления на радио и телевидении.
10. Пресс-конференция. Технология подготовки и проведения.
11. Пресс-релиз. Правила написания и распространения.
12. Особенности основных форм подачи новостных материалов.
13. Особенности профессии «спин-доктор».
14. Способы создания и усиления новости.
15. Слухи, особенности их распространения и борьба с ними.
16. Анализ исторически состоявшегося событийного ряда.
17. Создание событийно-новостного ряда.
18. Корпоративная философия и история фирмы.
19. Корпоративная идеология.
20. Конструирование персонального имиджа.
21. Кризисы в современном обществе и способы борьбы с ними.
22. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
23. Управление информацией в кризисных условиях.
24. Служба PR в организации: функции, структура, направления деятельности.
25. PR-кампания и ее составляющие.
26. Программный подход к PR-деятельности.
27. Различные способы оценки PR-деятельности.
28. Сертификация PR-деятельности.
29. Рефлексия в деятельности модератора.
30. Медиация при решении управленческих проблем.
31. Использование психографической сегментации в PR.
32. Миф — средство объяснения настоящего.
33. Современные подходы к изучению мифа. Мифо-дизайн.
34. Типология мифа: элементы мифологического сюжетосложения.
35. Роль мифов в массовой культуре.
36. Возникновение и развитие мифодизайна.
37. Коммуникативно-предметное поле как инструмент мифодизайна, используемый в PR.
38. Особенности PR-деятельности в области шоу-бизнеса.

Вопросы к зачету во 2 семестре

1. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью».
2. Принципы и основные функции связей с общественностью.
3. Сферы применения технологий по связям с общественностью.
4. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью.

5. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.
6. История развития связей с общественностью как социального феномена.
7. Значение и формы связей с общественностью в разные исторические эпохи.
8. Этапы институционализации связей с общественностью.
9. Роль и место связей с общественностью в современном обществе.
10. Социальные признаки принадлежности к общественности.
11. Понятия широкой и целевой общественности.
12. Структура общественности.
13. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния.
14. Категория «общественное мнение» в контексте PR.
15. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля.
16. Явные и латентные функции общественного мнения
17. Исследования: виды и роль в СО.
18. Информационный аудит и составление медиапортрета.
19. Измерение эффективности СО-деятельности.
20. Коммуникативная модель PR-технологий.
21. Коммуникация и распространение информации в обществе.
22. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
23. Вербальные коммуникации в СО.
24. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью.
25. Невербальные коммуникации в СО.
26. Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.
27. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду.
28. Миф как феномен культуры и инструмент СО.

Вопросы к экзамену по дисциплине в 3 семестре

1. Сущность и подходы к определению понятия «связи с общественностью».
2. Принципы и основные функции связей с общественностью.
3. Сферы применения технологий по связям с общественностью.
4. Классификация субъектов деятельности по связям с общественностью.
5. Соотношение цели и результата деятельности по связям с общественностью.
6. История развития связей с общественностью как социального феномена.
7. Значение и формы связей с общественностью в разные исторические эпохи.
8. Этапы институционализации связей с общественностью.
9. Роль и место связей с общественностью в современном обществе.
10. Социальные признаки принадлежности к общественности.

11. Понятия широкой и целевой общественности.
12. Структура общественности.
13. Основные подходы к классификации групп общественности. Группы влияния.
14. Категория «общественное мнение» в контексте PR.
15. Концепции рациональности общественного мнения и социального контроля.
16. Явные и латентные функции общественного мнения
17. Социологический анализ: выборка, программные требования, типы и виды выборок, методы сбора информации, социологическое наблюдение, анализ документов, опросы, повторный (мониторинговый, сравнительный) анализ.
18. Медиаметрический анализ. Обработка данных исследования.
19. Информационный аудит и составление медиапортрета.
20. Измерение эффективности СО-деятельности.
21. Коммуникативная модель PR-технологий.
22. Коммуникация и распространение информации в обществе.
23. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.
24. Вербальные коммуникации в СО.
25. Диалогические формы общения в системе связей с общественностью.
26. Невербальные коммуникации в СО.
27. Маркетинговый подход в PR: сегментирование и позиционирование.
28. Брендинг и PR: от торгового знака к зонтичному бренду.
29. Миф как феномен культуры и инструмент СО.
30. Управление средствами массовой информации и информацией.
31. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.
32. Этапы, логика, механизмы управления информацией.
33. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости.
34. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации.
35. Слухи, их особенности и факторы распространения.
36. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
37. Имиджевые корпоративные документы.
38. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете.
39. Служебные PR-документы.
40. Виды рабочих мероприятий.
41. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
42. Целевые мероприятия по привлечению средств.

	43. Основные организационные структуры в связях с общественностью. 44. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов». 45. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах. 46. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ. 47. Связи с общественностью в государственных структурах. 48. Пресс-клиппинг как PR - технология. 49. Роль связей с общественностью в некоммерческом секторе. 50. Особенности взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ. 51. Публичный характер деятельности общественных объединений. 52. Добровольческий труд и волонтерство в некоммерческих организациях.
Б1.О.20 Экономика организаций малого бизнеса	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос, • письменные индивидуальные задания, • расчетно-аналитические задания, • тестирование <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: • устные ответы, • письменные работы, • практические и лабораторные работы, • оценка выполнения самостоятельной работы студентов <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> Тест 1. Предпринимательство – это: а) добровольная деятельность человека, который, пользуясь либо распоряжаясь экономическими благами, самостоятельно или с привлечением наемного труда, предпринимает меры по производству нового продукта с целью получения дохода; б) деятельность человека, направленная на максимизацию прибыли; в) принудительная деятельность экономического агента, нацеленная на получение прибыли и дохода путем эффективного сочетания ограниченных ресурсов; г) процесс создания предприятий, занимающихся экономической деятельностью для удовлетворения

потребностей населения.

Тест 2. Целью предпринимательства является:

- а) получение прибыли;
- б) конечной целью является не столько прибыль, сколько непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей индивидуума или социальной группы, общества в целом;
- в) удовлетворение спроса населения;
- г) производство нового продукта в условиях риска.

Тест 3. Субъектами предпринимательской деятельности в Российской Федерации могут быть:

- а) граждане Российской Федерации;
- б) дееспособные граждане;
- в) несовершеннолетние граждане (при особых условиях);
- г) объединение граждан РФ;
- д) иностранные граждане;
- е) юридические лица, зарегистрированные в установленном порядке.

Тест 4. Учредительные документы, которые необходимо предоставить индивидуальному предпринимателю в орган регистрации:

- а) заявление, заполненное по установленной форме;
- б) заявление, написанное в произвольной форме;
- в) документ об уплате госпошлины;
- г) устав о предмете и сущности предпринимательской деятельности;
- д) сведения о наличии движимого и недвижимого имущества.

Тест 5. Основным условием развития малого бизнеса является:

- а) научно обоснованное исследование деятельности предприятия;
- б) существование частной собственности;
- в) изучение психологического климата на предприятии;
- г) оценка эффективности развития отдельных подразделений предприятия.

Тест 6. Главные сферы малого бизнеса - это:

- а) маркетинговая сфера;
- б) производственная;
- в) коммерческая;
- г) организационная;
- д) инновационная;
- е) финансовая;
- ж) сфера потребления.

Тест 7. Какой показатель является показателем эффективности деятельности организации малого бизнеса:

- а) прибыль;
- б) рентабельность;
- г) срок окупаемости предпринимательского проекта.

Тест 8. Проект – это:

- а) деятельность по достижению нового результата в рамках установленного времени с учетом определенных ресурсов;
- б) часть бизнес-плана;
- в) раздел стратегии развития деятельности.

Тест 8. Бизнес-план включает следующие разделы:

- а) анализ кредитоспособности конкурентов;
- б) рыночные исследования и анализ сбыта;
- в) маркетинговый план;
- с) финансовый план.

Тест 9. Каковы критерии отнесения организации к сфере малого бизнеса:

- а) стоимость имущества;
- б) стоимость уставного капитала;
- в) численность работников;
- г) стоимость основных фондов.

Тест 10. Предприниматель – это:

- а) владелец организации, деятель экономики;
- б) организатор и руководитель бизнеса (экономической деятельности);
- в) лицо, имеющее свое дело в целях получения прибыли.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Сравнительный анализ российской и зарубежных моделей государственной поддержки малого бизнеса: плюсы и минусы.
2. Алгоритм действий по получению государственного финансирования бизнес-проекта (на примере программы Минэкономразвития России).
3. Подготовка комплекса документов для получения государственной поддержки проекта.
4. Бизнес-объединения в Российской Федерации – роль в защите интересов предпринимателей.
5. Сопоставление российских и зарубежных исследований предпринимательского климата.
6. Проведение антикоррупционной экспертизы какого-либо проекта нормативного правового акта.
7. Проведение оценки регулирующего воздействия какого-либо проекта нормативного правового акта.
8. Проект doingbusiness.org . Его значение и перспективы. Место России в рейтинге.

	9. Описание бизнес-модели открытия малого предприятия (ресторана, парикмахерской, частной клиники и т.д.) 10. Развитие бизнес инкубаторов и кластеров в Российской Федерации. 11. Влияние финансового кризиса на развитие малого и среднего бизнеса в Российской Федерации. 12. МСП в условиях ВТО: проблемы и перспективы. <i>Вопросы к зачету по дисциплине</i> 1. Сущность предпринимательства. 2. Цель производственного вида предпринимательства, основные формы проявления. 3. Обязательные этапы для создания малого предприятия. 4. Цель создания финансово-промышленные группы в России. 5. Экономические, социальные и правовые условия необходимые для формирования предприимчивости людей. 6. Содержание коммерческого предпринимательства. 7. Виды и формы предпринимательства. 8. Особенность финансового предпринимательства. 9. Что включает в себя предпринимательская среда. 10. Предпринимательские риски. 11. Какие предприятия относят к малым. 12. Преимущества малого предприятия. 13. Виды риска, их влияние на деятельность малого предприятия. 14. Способы снижения рисков. 15. Способы уменьшения риска. 16. Сущность конкуренции и ее виды. 17. Бизнес-планирование в деятельности малого предприятия. 18. Экономические показатели организации малого бизнеса. 19. Налогообложение организаций малого бизнеса. 20. Роль бизнес-модели в развитии предпринимательской единицы. 21. Структура и содержание разделов бизнес-модели. 22. Специфика организации малого бизнеса в социально-культурной сфере. 23. Экономический эффект и экономическая эффективность деятельности организации малого бизнеса. 24. Прибыль организации. 25. Показатели экономической эффективности: рентабельность.
Б1.О.21 Интегрированные коммуникации	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос
- написание эссе
- реферативная работа
- подготовка презентаций
- тестовые задания

Промежуточный контроль по результатам семестров по дисциплине проходит в форме зачета в 5 семестре и экзамена в 6 семестре.

Примеры тестовых заданий (ситуаций)

1. Концепция интегрированных коммуникаций предполагает 4 типа сообщений, важных для организации с точки зрения управления потоками информации. Назовите их:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

2. Согласно типологии ИК-сообщений, к запланированным сообщениям относятся: _____

3. Каким временем датируется становление тенденции к интегрированию коммуникаций:

1. Нач. 20 в.;
2. 40-50-е гг. 20 в.;
3. 90-ые гг. 20 века.

4. Установите соответствие между процессами интеграции и их описаниями:

Внешняя интеграция Коммуникация между отделами и людьми компании на всех уровнях (высшего руководства, среднего звена, рядовых сотрудников).

Вертикальная интеграция Создание отношений и связей между компанией и группами, важными для нее, и между компанией и покупателями;

Горизонтальная интеграция Интеграция коммуникаций внутри компании в направлении от рядовых работников к высшему руководству;

5. Назовите основные инструменты интегрированных коммуникаций

6. В работе с общественностью следует ориентироваться на, которые могут убедить всех остальных:

	а) Политических лидеров; б) Большинство; в) Лидеров мнений <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1. Когда возникло понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации»? 2. Какие причины вызвали необходимость объединять маркетинговые, рекламные и PR-коммуникации? 3. Дайте основные интерпретации понятия «коммуникация». 4. Охарактеризуйте субъект, объект ИК. 5. Сформулируйте цели и задачи интегрированных коммуникаций. 6. Перечислите маркетинговые обращения и средства маркетинга, выделяемые в концепции интегрированных коммуникаций. 7. Охарактеризуйте модель интеграции PR-обращений. 8. Опишите модель и этапы составления программы интегрированных маркетинговых коммуникаций. 9. В чем заключается интеграция усилий внутренних структур компании? 10. Интегрированное использование инструментов коммуникаций – как организуется взаимодействие? 11. Как распределение информации и повышение эффективности ее восприятия воздействует на повышение эффективности ИК-кампаний? 12. Охарактеризуйте роль рекламы в ИК. 13. Охарактеризуйте роль связей с общественностью в ИМК. 14. Выделите и опишите функции специалиста по интегрированным коммуникациям. 15. В каких профессиональных ролях и как совмещаются функция сбора и анализа информации и функция разработки имиджа базисного субъекта? 16. Какие коммуникативные функции совмещены в должности пресс-секретаря? 17. В какой профессиональной роли совмещаются функция анализа информации по специфике потребительского поведения и функция рекламы? 18. Какие функции входят в должностную роль имиджейкера? 19. Какие коммуникативные функции совмещены в профессиональной роли спичрайтера? 20. Опишите интегрированные коммуникативные функции должностной роли спин-доктора; 21. Какие требования предъявляются к профессиональным ролям специалиста в области интегрированных коммуникаций? 22. Какими личностными качествами и почему должен обладать специалист в области интегрированных коммуникаций? 23. Перечислите цели социологических исследований в PR. 24. Охарактеризуйте открытый и закрытый виды сбора социальной информации. 25. Дайте определение количественного подхода к сбору и анализу социальной информации. 26. Какие проблемы в связях с общественностью решаются с помощью количественных методов? 26. Какие факторы определяют качество эмпирического сбора социальной информации?
--	--

Вопросы для проведения текущего контроля

1. Сферы применения качественных методов сбора информации в связях с общественностью.
2. Стратегия и типология качественных методов сбора и анализа социальной информации.
3. Чем отличаются качественные методы сбора информации от количественных?
4. На достижение каких результатов, направлены качественные методы?
5. Применима ли к качественному исследованию понятие «репрезентативность»?
6. Дайте классификацию качественным методам сбора социальной информации.
7. Опишите специфику методики драматургического подхода. Как она соотносится с методом наблюдения?
8. Дайте описание различным вариантам анализа документов.
9. Выделите технологические принципы метода наблюдения, где он используется PR-специалистами?
10. Чем глубинное интервью отличается от стандартизированного?
11. Проинтерпретируйте 12 правил проведения глубинного интервью.
12. Выделите показатели качества глубинного интервью.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Реклама как канал коммуникации.
2. Реклама как механизм общественных связей и отношений.
3. Современные рекламные технологии.
4. Планирование и проведение интегрированных рекламных кампаний.
5. Целевая аудитория в рекламной коммуникации.
6. Понятие, сущность, цели, задачи, содержание, принципы, функции связей с общественностью.
7. Интегративные и коммуникативные функции связей с общественностью.
8. Создание репутации и социальная ответственность.
9. Имиджология в системе интегрированных коммуникаций.
10. Коммуникационная стратегия управления брендом.
11. Бренд как средство коммуникации между покупателем и продавцом.
12. Развитие бренда средствами PR и рекламы. и как элемент культуры организации.
13. Сегментирование рынка и позиционирование брендов.
14. Драйверы организации и бренда как инструменты ИК: миссия, ценности, история, мифы.
15. Культурная идентичность организации.
16. Бренд как средство формирования имиджа организации и стратегия управления формированием ее культуры.
17. Инновационные подходы к ивент-менеджменту.
18. Направления ивент-деятельности, инструментарий.
19. Организация B2B событий.

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">20. Стимулирование сбыта среди потребителей.21. Организация промо-событий в рознице.22. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.23. Выбор средства доставки информации с учетом задач.24. Специальные события и спонсорство, благотворительность.25. Дизайн события в ивент-менеджменте.26. Креативная разработка события.27. Планирование события.28. Разработка, подготовка и реализация событий.29. Оценка результатов событий.30. Каналы внутренних коммуникаций.31. Документы, формализующие корпоративную культуру.32. Каскадирование информации.33. Корпоративные СМИ.34. Традиционные СМИ: роль, место и специфика в системе внутренних коммуникаций.35. Специфика электронных коммуникаций.36. Обратная связь с сотрудниками, исследования внутри компании.37. Неформальные каналы коммуникации.38. Слухи.39. Управление неформальными коммуникациями.40. Индикаторы эффективности работы отдела внутрикорпоративных коммуникаций.41. Инструменты HR-маркетинга для формирования сильного внутрикорпоративного бренда.42. Внутренние коммуникации компании как инструмент HR-маркетинга.43. Директ-маркетинг как компонент ИМК.44. Интеграционные процессы в директ-маркетинге.45. Интеграция личных продаж в маркетинговые коммуникации.46. Стимулирование потребителей и сбыта как массовые личные маркетинговые коммуникации с потребителем.47. Система RACE как схема модульных технологий интегрированных коммуникаций.48. Продюсерский проект при выводе компании на рынок, при продвижении, при перепозиционировании.49. Алгоритм социального проектирования.50. Продюсирование как пиар технология - проект менеджмент, коучинг менеджмент. <p><i>Вопросы к зачету</i></p> <ul style="list-style-type: none">1. Соотношение функций отделов маркетинга, СО и рекламы в ИК. |
|--|---|

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">2. Знания и личностные качества специалиста по СО.3. Содержание деятельности специалиста по СО.4. Невербальные коммуникации в СО.5. Анализ основных подходов к определению СО.6. Понятие и сущность СО.7. Принципы и функции СО.8. Базисные науки СО.9. Становление СО как области знаний и сферы деятельности.10. Теория и практика СО на современном этапе.11. Сферы применения PR.12. Основы коммуникаций в СО.13. Коммуникативная модель PR-технологий.14. Коммуникация и распространение информации в обществе.15. Теории распространения информации в обществе: теория лидеров мнений, диффузная теория и др.16. Элементарные операции PR: присоединение, дистанцирование, изменение отношения.17. Значимость вербальных коммуникаций в СО.18. Межличностное общение как механизм СО.19. Публичные выступления.20. Общая модель подготовки и произнесения устного выступления.21. Диалогические формы общения в системе СО.22. Специфика диалогической формы общения. Виды диалогов.23. Невербальные коммуникации в СО.24. Отношения со средствами массовой информации (СМИ).25. Понятие о массовых коммуникациях и средствах массовой информации.26. Методы построения работы со СМИ.27. Специфика работы радио, прессы, телевидения.28. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации.29. Менеджмент новостей. Профессия «спин-доктор».30. Механизмы управления новостной информацией.31. Приемы конструирования новостной информации.32. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала.33. Слухи, их особенности и факторы распространения.34. Понятие имиджа. Классификации имиджей.35. Основы построения персонального имиджа.36. Корпоративный имидж. Модель корпоративного имиджа по А.Н. Чумикову. |
|--|---|

37. Управление кризисом и возможностями.
38. Понятие кризиса. Особенности использования информации во время кризисов.
39. Подготовка к кризисам.
40. Некоторые особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
41. Управление PR-деятельностью.
42. PR-кампания и ее составляющие.
43. Служба PR в организации: функции, структура, состав.
44. Специализированная PR-фирма.
45. Различные способы оценки PR-деятельности.
46. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства.
47. Государственные PR.
48. Избирательные (политические) PR.
49. Финансовые PR.
50. Бизнес-PR.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации.
2. Подходы к определению понятия «интегрированные коммуникации».
3. Сущность интегрированных коммуникаций.
4. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современных бизнес-организациях.
5. Социальные аспекты маркетинговых коммуникаций.
6. Контент как ключевая составная часть коммуникационного пространства.
7. Корпоративные коммуникации и их особенности.
8. Коммуникации от лица государства.
9. Общественные негосударственные структуры как источник коммуникаций.
10. Персональные коммуникации.
11. Подразделения, осуществляющие интегрированные коммуникации.
12. Принципы коммуникационного взаимодействия фирмы и потребителя.
13. Маркетинговые, социологические и рекламные исследования.
14. Фактор он-лайн коммуникаций в современных интегрированных коммуникациях.
15. Коммуникационные практики в современном мировом пространстве.
16. Глобализация как фактор современных интегрированных коммуникаций.
17. Управление информационным потоком в современных коммуникациях.
18. Интегрированные коммуникации в пространстве социальных сетей.
19. Реклама как канал коммуникации.
20. Реклама как механизм общественных связей и отношений.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">21. Современные рекламные технологии.22. Планирование и проведение интегрированных рекламных кампаний.23. Понятие, сущность, цели, задачи, содержание, принципы, функции связей с общественностью.24. Интегративные и коммуникативные функции связей с общественностью.25. Создание репутации и социальная ответственность.26. Имиджелогия в системе интегрированных коммуникаций.27. Коммуникационная стратегия управления брендом.28. Развитие бренда средствами PR и рекламы. и как элемент культуры организации.29. Сегментирование рынка и позиционирование брендов.30. Бренд как средство формирования имиджа организации и стратегия управления формированием ее культуры.31. Инновационные подходы к ивент-менеджменту.32. Направления ивент-деятельности, инструментарий.33. Организация B2B событий.34. Стимулирование сбыта среди потребителей.35. Организация промо-событий в рознице.36. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.37. Специальные события и спонсорство, благотворительность.38. Каналы внутренних коммуникаций.39. Корпоративные СМИ.40. Специфика электронных коммуникаций.41. Обратная связь с сотрудниками, исследования внутри компании.42. Неформальные каналы коммуникации.43. Индикаторы эффективности работы отдела внутрикорпоративных коммуникаций.44. Инструменты HR-маркетинга для формирования сильного внутрикорпоративного бренда.45. Внутренние коммуникации компании как инструмент HR-маркетинга.46. Директ-маркетинг как компонент ИМК.47. Интеграция личных продаж в маркетинговые коммуникации.48. Стимулирование потребителей и сбыта как массовые личные маркетинговые коммуникации с потребителем.49. Система RACE как схема модульных технологий интегрированных коммуникаций.50. Продюсерский проект при выводе компании на рынок, при продвижении, при репозиционировании.51. Алгоритм социального проектирования.52. Продюсирование как пиар технология - проект менеджмент, коучинг менеджмент. |
|--|--|

Б1.О.22 Менежмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе	<i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1. Сформулируйте три кратких определения менеджмента. 2. Являются ли идентичными понятия «менеджмент» и «управление»? 3. Дайте определение предмета менеджмента. 4. Сформулируйте три значения термина «менеджер». 5. Кем впервые были сформулированы и опубликованы принципы менеджмента? 6. Перечислите четыре принципа управления, получивших название «тейлоризм». 7. Кого считают главным продолжателем, развившим идеи Фредерика Уинслоу Тейлора? 8. Назовите шесть направлений деятельности администрации производственной организации, сформулированных «отцом менеджмента». 9. Дайте характеристики основным школам менеджмента. 10. Как в современной литературе по менеджменту определяют «организацию как систему управления»? 11. Для чего создаются организации? 12. Назовите четыре организационно–правовые формы коммерческих организаций. 13. Какой системой (открытой или закрытой) является организация и почему? 14. Чем деловое окружение отличается от фонового с точки зрения организации? 15. Сколько жизненных циклов развития организации выделяют в современной литературе по менеджменту? 16. Приведите классификацию систем управления. 17. Перечислите основные функции менеджмента и кратко охарактеризуйте каждую. 18. Как классифицируются планы организации по содержанию и периоду? 19. Каковы основные этапы планирования работы организации? 20. Перечислите основные принципы планирования. 21. Какие основные задачи выполняет функция организации? 22. Дайте понятие потребностям и мотивации. 23. Назовите основные содержательные теории мотивации. 24. Назовите основные процессуальные теории мотивации. 25. Какие виды контроля вы знаете? 26. Назовите этапы контроля. 27. Сколько и какие формы власти вы знаете? 28. В чем суть каждой формы власти? 29. Что такое влияние? Что такое харизма? 30. Какие стили руководства в менеджменте вам известны? 31. Что такое административные методы менеджмента?
--	--

32. Что такое экономические методы?
 33. Что такое социально-психологические методы?
 34. Основные достоинства и недостатки каждого вида метода.
 35. Что такое принятие решения в менеджменте?
 36. Приведите примеры конкретных решений в планировании.
 37. Какие жизненно важные решения могут быть при выполнении функции «организация»?
 38. Приведите хотя бы три примера принятия решений при выполнении функции «мотивация».
 39. Что Вы знаете о возможных решениях при выполнении функции «контроль»?
 40. Изложите основные требования к решениям в менеджменте.
 41. Назовите основные виды организационных структур.
 42. Достоинства и недостатки каждого вида организационных структур.
 43. Сформулируйте основные принципы проектирования оптимальных организационных структур в арт-бизнесе.
 44. Почему управление персоналом имеет первостепенное значение для всех организаций?
 44. Что относится к основным принципам, характеризующим требования к формированию системы управления персоналом?
 45. Что такое управление конфликтом в организации?
 46. Каковы основные причины возникновения конфликтной ситуации в организации?
 47. Какие отличительные характеристики имеет модель конфликта как процесса?
 48. Изложите основные фазы, этапы и стадии динамики конфликта в организации.
 49. Назовите концептуальные особенности менеджмента творческой организацией.
 50. Назовите концептуальные особенности управления персоналом творческой организации.
 51. Определите специфику менеджмента в арт-бизнесе.
 52. Определите специфику менеджмента в рекламе.
- Тематика эссе, рефератов*
- Раздел 1. Основы менеджмента*
1. Эволюция науки управления и концепций менеджмента.
 3. Функции и методы менеджмента.
 4. Принципы менеджмента в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 5. Характеристика организации как системы.
 6. Внутренняя среда организации в сфере арт-бизнеса и рекламы: основные переменные.
 7. Внешняя среда организации в сфере арт-бизнеса и рекламы: основные переменные.
 8. Понятие «организационная структура управления». Факторы проектирования организации.
 9. Централизация и децентрализация в сфере арт-бизнеса и рекламы: преимущества и недостатки.

- 10.Эволюция организационных структур управления.
 - 11.Роль аспекта взаимодействия человека и организации в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 12.Лидерство в системе менеджмента. Основные теории лидерства в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 13.Место планирования в системе управленческих функций, его понятие и сущность.
 - 14.Принципы, методы и типы планирования в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 15.Процесс выбора стратегии в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 16.Делегирование полномочий. Распределение ответственности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 17.Мотивация и стимулирование в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 18.Содержательные теории мотивации.
 - 19.Процессуальные теории мотивации.
 - 20.Сущность, виды и задачи контроля в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 21.Процесс контроля. Характеристика эффективного контроля.
 - 22.Характеристика коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 23.Этика делового общения в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 24.Понятие и виды конфликтов в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 - 25.Процесс разрешения конфликта в сфере арт-бизнеса и рекламы.
- Раздел 2. Основы маркетинга*
1. Анализ рыночной конкуренции в сфере арт-бизнеса и рекламы
 2. Анализ рыночных возможностей предприятия в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 3. Брэнддинг и его роль в формировании имиджа фирмы
 4. Взаимосвязь цены и качества арт-товаров, арт-услуг и рекламных услуг.
 5. Выбор целевых сегментов рынка в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 6. Интернет-маркетинг в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 7. Информационное обеспечение маркетинга в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 8. Каналы распределения и товародвижение в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 9. Комплекс маркетинга и применение его российскими фирмами в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 10. Концепции управления маркетингом.
 11. Маркетинг как концепция современного бизнеса в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 12. Маркетинг услуг в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 13. Маркетинговая среда в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 14. Маркетинговое исследование рынка (на примере рынка товара...)
 15. Маркетинговое планирование в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 16. Маркетинговые информационные системы в сфере арт-бизнеса и рекламы.
 17. Маркетинговый контроль в сфере арт-бизнеса и рекламы.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">18. Маркетинговый раздел бизнес-плана (на примере...)19. Международный маркетинг20. Мерчендайзинг21. Методика маркетинговых исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы.22. Методы маркетинговой коммуникации в сфере арт-бизнеса и рекламы23. Методы продвижения арт-товаров и рекламных услуг.24. Модели маркетинговой коммуникации в сфере арт-бизнеса и рекламы.25. Модель покупательского поведения в сфере арт-бизнеса и рекламы.26. Некоммерческий маркетинг в сфере рекламы.27. Обоснование и реализация маркетинговой стратегии в сфере арт-бизнеса и рекламы.28. Определение перспективного целевого рынка в сфере арт-бизнеса и рекламы.29. Организационная структура маркетинга фирмы в сфере арт-бизнеса и рекламы.30. Организация маркетинга на предприятии (на примере...)31. Оценка конкурентоспособности товаров (на примере...)32. Оценка конъюнктуры рынка (на примере...)33. Перспективы и задачи развития маркетинга в сфере арт-бизнеса и рекламы на современном этапе.34. План стимулирования сбыта (на примере...)35. Планирование в системе маркетинга в сфере арт-бизнеса и рекламы.36. Планирование новой продукции в сфере арт-бизнеса и рекламы.37. Планирование товародвижения и сбыта продукции в сфере арт-бизнеса и рекламы.38. Поведение потребителей при принятии решения о покупке в сфере арт-бизнеса и рекламы.39. Подходы к организации маркетинга в сфере арт-бизнеса и рекламы на современном этапе.40. Позиционирование товара и услуг на арт – рынке.41. Позиционирование услуг на рынке рекламных услуг.42. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.43. Применение сегментационного подхода в сфере арт-бизнеса и рекламы.44. Принципы и методы изучения поведения потребителя в сфере арт-бизнеса и рекламы45. Прогнозирование сбыта в сфере арт-бизнеса и рекламы.46. Продвижение продукции на рынок (на примере...)47. Разработка комплекса маркетинга (на примере...)48. Разработка маркетинговой политики в сфере арт-бизнеса и рекламы.49. Разработка маркетинговой стратегии в сфере арт-бизнеса и рекламы.50. Разработка плана стимулирования сбыта51. Разработка прогноза продаж (на примере...) |
|--|---|

52. Разработка стратегии ценообразования
53. Разработка целевого рынка (на примере...)
54. Региональная стратегия маркетинга в сфере арт-бизнеса и рекламы
55. Ценообразование в конкурентной среде
56. Ценообразование в маркетинге в сфере арт-бизнеса и рекламы.

Тематика презентаций:

Раздел 1. Основы менеджмента

1. Внешняя среда организации: основные переменные.
2. Внутренняя среда организации: основные переменные.
3. Делегирование полномочий. Распределение ответственности.
4. Лидерство в системе менеджмента. Основные теории лидерства.
5. Место планирования в системе управленческих функций, его понятие и сущность.
6. Мотивация и стимулирование.
7. Понятие «организационная структура управления». Факторы проектирования организации.
8. Понятие и виды конфликтов.
9. Принципы менеджмента.
10. Принципы, методы и типы планирования.
11. Процесс выбора стратегии.
12. Процесс контроля. Характеристика эффективного контроля.
13. Процесс разрешения конфликта.
14. Процессуальные теории мотивации.
15. Роль аспект взаимодействия человека и организации.
16. Содержательные теории мотивации.
17. Сущность, виды и задачи контроля.
18. Функции и методы менеджмента.
19. Характеристика коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
20. Характеристика организации как системы.
21. Централизация и децентрализация: преимущества и недостатки.
22. Эволюция науки управления и концепций менеджмента.
23. Эволюция организационных структур управления.
24. Этика делового общения.

Раздел 2. Основы маркетинга

1. Брэндинг и его роль в формировании имиджа фирмы
2. Взаимосвязь цены и качества товара
6. Выбор целевых сегментов рынка

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">7. Выход фирмы на внешний рынок8. Интернет-маркетинг9. Информационное обеспечение маркетинга10. Каналы распределения и товародвижение11. Комплекс маркетинга и применение его российскими фирмами12. Концепции управления маркетингом13. Маркетинг в горной промышленности14. Маркетинг как концепция современного бизнеса15. Маркетинг услуг16. Маркетинговая среда17. Маркетинговое исследование рынка (на примере рынка товара...)18. Маркетинговое планирование19. Маркетинговые информационные системы20. Маркетинговый контроль21. Маркетинговый раздел бизнес-плана (на примере...)22. Маркировка продукции23. Международный маркетинг24. Мерчендайзинг25. Методика маркетинговых исследований26. Методы маркетинговой коммуникации27. Методы распространения товара28. Модели маркетинговой коммуникации29. Модель покупательского поведения30. Некоммерческий маркетинг31. Обоснование и реализация маркетинговой стратегии32. Определение перспективного целевого рынка33. Организационная структура маркетинга фирмы34. Организация маркетинга на предприятии (на примере...)35. Оценка конкурентоспособности товаров (на примере...)36. Оценка конъюнктуры рынка (на примере...)37. Перспективы и задачи развития маркетинга на современном этапе38. План стимулирования сбыта (на примере...)39. Планирование в системе маркетинга40. Планирование новой продукции41. Планирование товародвижения и сбыта продукции |
|--|--|

42. Поведение потребителей при принятии решения о покупке
43. Подходы к организации маркетинга на современном этапе
44. Позиционирование товара на рынке
45. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.
46. Применение сегментационного подхода
47. Принципы и методы изучения поведения потребителя
48. Прогнозирование сбыта
49. Продвижение продукции на рынок (на примере...)
50. Разработка комплекса маркетинга (на примере...)
51. Разработка маркетинговой политики
52. Разработка маркетинговой стратегии
53. Разработка плана стимулирования сбыта
54. Разработка прогноза продаж (на примере...)
55. Разработка стратегии ценообразования
56. Разработка целевого рынка (на примере...)
57. Региональная стратегия маркетинга
58. Сегментирование рынка
59. Сегментирование рынков товаров промышленного назначения
60. Система маркетинговой информации
61. Ситуационный анализ
62. Стимулирование сбыта
63. Стратегическое планирование маркетинга
64. Стратегия роста фирмы (на примере...)
65. Товарные марки
66. Товародвижение и каналы распределения
67. Управление маркетингом
68. Формирование сбытовой политики
69. Формирование товарной политики
70. Ценообразование в конкурентной среде
71. Ценообразование в маркетинге
72. Эволюция развития маркетинга

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Научные основы управления и личность менеджера. Менеджмент как система и вид

деятельности, как наука и как искусство.

2. Организация как самоуправляемая общественная система и объект управления. Структура системы управления и управленческий цикл.

3. Организация как общественная система и объект менеджмента. Структура, функционирование и жизненный цикл организации.

4. Процессный, системный и ситуационный подходы к управлению в современном менеджменте.

5. Основные закономерности и принципы менеджмента организации.

6. Методологические основы менеджмента организации.

7. Менеджмент как управленческий труд и форма социального управления.

8. Внутренняя и внешняя среда организации и их основные элементы.

9. Модель организации как объекта управления: закрытая система.

10. Модель организации как объекта управления: открытая система.

11. Основные виды разделения и особенности управленческого труда в менеджменте.

12. Основные роли, выполняемые менеджерами и требования к их компетенции.

13. Миссия, цели и задачи менеджмента организации.

14. Типология целей организации и предъявляемые к ним требования.

15. Дерево целей как инструмент развертывания и соподчинения целей менеджмента. Концепция управления по целям в менеджменте.

16. Системно-комплексный и программно-целевой методологические подходы в менеджменте.

17. Решения в процессе менеджмента: сущность, содержание и классификация

18. Планирование как функция менеджмента: виды, сущность, содержание, характеристики.

19. Система планов функционирования и развития организации: виды, сущность, содержание, характеристика.

20. Соотношение стратегического (долгосрочного) и оперативного (текущего) управления в системе менеджмента организации.

21. Организация как функция менеджмента: сущность, содержание, характеристики, проектирование.

22. Мотивация как функция менеджмента: виды, сущность, содержание, характеристика (с позиции содержательных теорий).

23. Мотивация как функция менеджмента: виды, сущность, содержание, характеристика (с позиции процессуальных теорий).

24. Контроль как функция менеджмента: виды, сущность, содержание, характеристика. Контроль и анализ результатов управления.

25. Регулирование и координация в реализации принятого управленческого решения.

26. Организационные структуры управления: общее понятие, содержание, формы и виды.

	27. Линейная и функциональная организационные структуры управления: преимущества, недостатки, сферы применения. 28. Линейно-штабная и линейно-функциональная организационные структуры управления: преимущества, недостатки, сферы применения. 29. Дивизионная организационная структура управления: преимущества, недостатки, сферы применения. 30. Матричная организационная структура управления: преимущества, недостатки, сферы применения. 31. Проектная организационные структуры управления: преимущества, недостатки, сферы применения. 32. Принципы (факторы выбора) и основные этапы проектирования организационных структур управления. 33. Соотношение централизации и децентрализации в организационных структурах управления. Факторы, определяющие степень централизации. 34. Коммуникации в менеджменте: сущность, содержание, виды. Основные элементы коммуникативного процесса. 35. Управленческая информация, барьеры коммуникаций и эффективность решений в системе менеджмента организации. 36. Формальная и неформальная структуры организации как управляемой системы. 37. Экономические методы оперативного управления персоналом организации: виды, сущность, содержание, характеристика. 38. Административные методы оперативного управления персоналом организации: виды, сущность, содержание, характеристика. 39. Социально-психологические методы оперативного управления персоналом организации: виды, сущность, содержание, характеристика. 40. Стратегическое управление развитием человеческих ресурсов, формальных и неформальных структур организации: причины, сущность, механизмы. 41. Преодоление сопротивления персонала организационным изменениям и управление неформальными процессами в организации. 42. Управленческие конфликты в организации и их влияние на результаты работы персонала. Способы разрешения конфликтных ситуаций. 43. Стили руководителей в системе менеджмента организации: функции, виды и типы. 44. Власть руководителя в системе менеджмента организации: виды, основы и особенности. 45. Администраторство и лидерство в системе менеджмента организации. 46. Эффективность управления организацией: сущность, содержание, показатели.
--	--

	47. Экономическая и социальная эффективность менеджмента. 49. Особенности менеджмента в арт-бизнесе. 50. Особенности менеджмента в рекламе. <i>Вопросы к экзамену по дисциплине</i> 1. Особенности маркетинга в арт-бизнесе. 2. Особенности маркетинга в рекламе. 3. Виды организационных структур службы маркетинг 4. Виды розничных торговых предприятий. 5. Выставки и ярмарки. 6. Емкость рынка. 7. Жизненный цикл товара. 8. История возникновения и этапы развития маркетинга. 9. Мультиатрибутивная модель товара. 10. Канал распределения товара и его виды. 11. Жизненный цикл товара. 12. Классификация товаров. 13. Классификация цен. Функции цены. 14. Ключевые категории маркетинга - нужда, потребность, спрос. 15. Конкурентная среда. 16. Методы получения маркетинговой информации. 17. Агрегирование потребителей по потребительским сегментам в маркетинге. 18. Методы рыночной сегментации. 19. Микро- и макросреда в маркетинге. 20. Модель покупательского поведения. 21. Стратегии в маркетинге. 22. Социально-экономическая сущность маркетинга.
Б1.О.23 Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: устный опрос; письменные индивидуальные задания; тестирование и др. <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

	устные ответы; письменные работы; практические и лабораторные работы и т.д. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта. Примеры тестовых заданий (ситуаций) Тестовое задание № 1 1. Как называются программы, позволяющие просматривать Web- страницы: 1. Адаптеры; 2. Операционные системы; 3. Браузеры; 4. Трансляторы. 2. Что такое НТТР? 1. Сеть, объединяющая электронные доски объявлений; 2. Протокол передачи гипертекста; 3. Группа сообщений, посвященных определенной теме? 4. Компьютер, подключенный к сети. 3. Что необходимо для публикации Web- сайта? 1. URL- адрес; 2. Почтовый адрес пользователя; 3. Адрес электронной почты пользователя; 4. Имя пользователя и его пароль. 4. Что может использоваться в качестве объекта при создании гиперссылки? 1. Фирма- провайдер; 2. Протокол сети; 3. Картинка; 4. Тег. 5. Если при поиске информации вы не уверены в написании слова МЕДВЕДЬ, то какой вариант поиска подходит для данного случая? 1. М*ДВЕДЬ; 2. М ДВЕДЬ; 3. М#ДВЕДЬ; 4. М?ДВЕДЬ 6. Компьютер, подключенный к Интернет, обязательно имеет ... 1. Web- сервер; 2. Домашнюю Web- страницу;
--	---

3. IP- адрес;
4. Доменное имя.
7. Модем- это
1. Почтовая программа;
2. Сетевой протокол;
3. Сервер Интернет;
4. Техническое устройство.
8. В текстовом редакторе выполнение операции Копирование становится возможным после:
 1. Установки курсора в определенное положение;
 2. Сохранения файла;
 3. Распечатки файла;
 4. Выделения фрагмента текста.
9. Что такое чип?
 1. Электронная лампа;
 2. Интегральная микросхема;
 3. Информационная магистраль;
 4. Тип процессора.
10. Полифаги - это вирусы или антивирусные программы?
 1. Антивирусные программы;
 2. Вирусы;
 3. Браузер;
 4. Поисковая система.
11. Задан адрес электронной почты в сети Интернет: user_name@mtu-net.ru
Какая часть адреса указывает на домен верхнего уровня?
 1. ru
 2. mtu-net.ru
 3. user_name
 4. mtu-net
12. Что является допустимым требованием при оформлении презентации?
 1. Злоупотреблять текстами;
 2. Важнейшую информацию располагать на середине экрана;
 3. Для представления информации использовать краевые зоны;
 4. Использовать более 3 основных цветов.
13. Какой режим является наилучшим для реализации творчества при создании презентации?
 1. Пустая презентация;

2. Мастер автосодержания;
3. Шаблон презентации;
4. Макеты.
14. Укажите синоним слова инсталляция:
 1. Печатающее устройство;
 2. Хард- диск;
 3. Щелчок;
 4. Установка.
15. Выберите ложное утверждение:
 1. Со сжатыми папками и файлами можно работать так же, как и несжатыми файлами и папками.
 2. Нельзя объединить несколько файлов в одну сжатую папку.
 3. Если требуется добавить новый файл или папку в существующую сжатую папку, перетащите добавляемые файлы в эту сжатую папку.
 4. Сжатую папку или файл можно переименовать.
16. Для сохранения документа MS Word что необходимо выполнить:
 1. команду Сохранить меню Файл
 2. команду Сравнить и объединить исправления меню Сервис
 3. команду Параметры – Сохранение меню Сервис
 4. щелчок по кнопке Сохранить на панели инструментов Стандартная
17. Для создания подложки документа можно использовать?
 1. команду Колонтитулы меню Вид
 2. команды контекстного меню
 3. команду Фон меню Формат
 4. кнопки панели инструментов Форматирование
18. Шаблоны в MS Word используются для...
 1. создания подобных документов
 2. копирования одинаковых частей документа
 3. вставки в документ графики
 4. замены ошибочно написанных слов
19. Для задания форматирования фрагмента текста используются...
 1. команды меню Вид
 2. кнопки панели инструментов Форматирование
 3. команды меню Формат
 4. встроенные стили приложения
20. К текстовым редакторам относятся следующие программы:

1. Блокнот
2. Приложения Microsoft Office
3. Internet Explorer
4. MS Word
21. Предварительный просмотр документа можно выполнить следующими способами:
 1. Щелчок по кнопке Предварительный просмотр панели инструментов
 2. Стандартная
 3. Команда Предварительный просмотр меню Файл
 4. Команда Параметры страницы меню Файл
 5. Команда Разметка страницы меню Вид
22. Для загрузки программы MS Word необходимо...
 1. в меню Пуск выбрать пункт Программы, в подменю щелкнуть по позиции MicrosoftOffice, а затем – MicrosoftWord
 2. в меню Пуск выбрать пункт Документы, в выпадающем подменю щелкнуть по строке MicrosoftWord
 3. набрать на клавиатуре MicrosoftWord и нажать клавишу Enter
 4. в меню Пуск выбрать пункт Выполнить и в командной строке набрать MicrosoftWord
23. Для перемещения фрагмента текста выполнить следующее:
 1. Выделить фрагмент текста, Правка – Копировать, щелчком отметить место вставки, Правка – Вставить
 2. Выделить фрагмент текста, Правка – Вырезать, щелчком отметить место вставки, Правка – Вставить
 3. Выделить фрагмент текста, Правка – Перейти, в месте вставки Правка –
 4. Вставить
 5. Выделить фрагмент текста, Файл – Отправить, щелчком отметить место вставки, Правка – Вставить
 6. Выделить фрагмент текста, щелчок по кнопке Вырезать панели инструментов Стандартная, щелчком отметить место вставки, щелчок по кнопке Вставить панели инструментов Стандартная
24. Размещение текста с начала страницы требует перед ним...
 1. ввести пустые строки
 2. вставить разрыв раздела
 3. вставить разрыв страницы
 4. установить соответствующий флажок в диалоговом окне Абзац меню Формат
25. Строка состояния приложения MicrosoftWord отображает:
 1. Сведения о количестве страниц, разделов, номер текущей страницы

2. Окона открытых документов приложения
3. Информацию о языке набора текста и состоянии правописания в документе
4. информацию о свойствах активного документа

Тестовое задание № 2

1. Предмет информатики — это:

- A) язык программирования;
- B) устройство робота;
- C) способы накопления, хранения, обработки, передачи информации;
- D) информированность общества.

2. Тройками из нулей и единиц можно закодировать ... различных символов.

- A) 6;
- B) 8;
- C) 5;
- D) 9.

3. Капитан спрашивает матроса: «Работает ли маяк?» Матрос отвечает: «То загорается, то погаснет!»

Чем является маяк в этой ситуации?

- A) Получаем информации;
- B) источником информации;
- C) каналом связи;
- D) помехой.

4. В каком веке появились первые устройства, способные выполнять арифметические действия?

- A) В XVI в.;
- B) В XVII в.;
- C) В XVIII в.;
- D) В XIX в.

5. Механическое устройство, позволяющее складывать числа, изобрел:

- A) П. Нортон;
- B) Б. Паскаль;
- C) Г. Лейбниц;
- D) Д. Нейман.

6. Для какой системы счисления были приспособлены первые семикоточковые счеты?

- A) Для семеричной;
- B) для двоичной;
- C) для десятичной;
- D) для унарной.

7. Какое устройство в России получило название «железный Феликс»?
- A) конторские счеты;
 - B) механический арифмометр;
 - C) счислитель Куммера;
 - D) счетные бруски
8. В какие годы XX столетия появилась первая электронно-счетная машина?
- A) В 20-е;
 - B) в 40-е;
 - C) в 50-е;
 - D) в 60-е.
9. В каком поколении машин ввод данных можно осуществлять с помощью речи?
- A) Во 2-м;
 - B) В) в 3-м;
 - C) 4-м;
 - D) в 5-м.
10. Архитектура компьютера — это:
- A) Техническое описание деталей устройств компьютера;
 - B) описание устройств для ввода-вывода информации;
 - C) описание программного обеспечения для работы компьютера;
 - D) описание устройства и принципов работы компьютера, достаточное для понимания пользователя.
11. Что такое микропроцессор?
- A) Интегральная микросхема, которая выполняет поступающие на ее вход команды (например, вычисление) и управляет работой машины;
 - B) устройство для хранения той информации, которая часто используется в работе;
 - C) устройство для вывода текстовой или графической информации;
 - D) устройство для ввода алфавитно-цифровых данных.
12. Подключение отдельных периферийных устройств компьютера к магистрали на физическом уровне возможно:
- A) с помощью драйвера;
 - B) с помощью контроллера;
 - C) без дополнительного устройства;
 - D) с помощью утилиты.
13. Внешняя память необходима для:
- A) для хранения часто изменяющейся информации в процессе решения задачи;
 - B) для долговременного хранения информации после выключения компьютера;

- С) для обработки текущей информации;
 - Д) для постоянного хранения информации о работе компьютера.
14. Для построения с помощью компьютера сложных чертежей в системах автоматизированного проектирования используют:
- А) плоттер;
 - В) графический планшет (дигитайзер);
 - С) сканер;
 - Д) джойстик.
15. К устройствам накопления информации относится:
- А) принтер;
 - В) процессор;
 - С) ПЗУ;
 - Д) ВЗУ.
16. Что из перечисленного не относится к программным средствам?
- А) Системное программирование;
 - В) драйвер;
 - С) процессор;
 - Д) текстовые и графические редакторы.
17. Файлом называется:
- А) набор данных для решения задачи;
 - В) поименованная область на диске или другом машинном носителе;
 - С) программа на языке программирования для решения задачи;
 - Д) нет верного ответа.
18. В каком файле может храниться рисунок?
- А) TEST.EXE;
 - В) ZADAN.TXT;
 - С) COMMAND.COM;
 - Д) CREML.BMP.
19. Могут ли два каталога 2-го уровня иметь одинаковые имена?
- А) Нет;
 - В) да;
 - С) да, если они принадлежат разным каталогам 1-го уровня;
 - Д) затрудняюсь ответить.
20. Необходимым компонентом операционной системы является:
- А) оперативная память;

- В) командный процессор;
С) центральный процессор;
D) файл конфигурации системы.
21. Что такое система счисления?
A) Цифры 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9;
В) правила арифметических действий;
С) компьютерная программа для арифметических вычислений;
D) это знаковая система, в которой числа записываются по определенным правилам, с помощью знаков некоторого алфавита, называемых цифрами.
22. Какие системы счисления не используются специалистами для общения с ЭВМ?
A) Десятичная;
В) троичная;
С) двоичная;
D) шестнадцатеричная.
23. Что называется основанием системы счисления?»
A) Количество цифр, используемых для записи чисел;
В) отношение значений единиц соседних разрядов;
С) арифметическая основа ЭВМ;
D) сумма всех цифр системы счисления.
24. Все системы счисления делятся на две группы:
A) римские и арабские;
В) двоичные и десятичные;
С) позиционные и непозиционные;
D) целые и дробные.
25. Переведите число 27 из десятичной системы счисления в двоичную.
A) 11011;
В) 1011;
С) 1101;
D)
E) 11111.
26. Почему в ЭВМ используется двоичная система счисления?
A) Потому что составляющие технические устройства могут надежно сохранять и распознавать только два различных состояния;
В) потому что за единицу измерения информации принят 1 байт;
С) потому что ЭВМ умеет считать только до двух;

- D) потому что человеку проще общаться с компьютером на уровне двоичной системы счисления.
27. Алгоритм — это:
- A) некоторые истинные высказывания, которые должны быть направлены на достижение поставленной цели;
 - B) отражение предметного мира с помощью знаков и сигналов, предназначенное для конкретного исполнителя;
 - C) понятное и точное предписание исполнителю совершить последовательность действий, направленных на решение поставленной задачи или цели;
 - D) инструкция по технике безопасности.
28. Свойство алгоритма — дискретность — обозначает:
- A) что команды должны следовать последовательно друг за другом;
 - B) что каждая команда должна быть описана в расчете на конкретного исполнителя;
 - C) разбиение алгоритма на конечное число простых шагов;
 - D) строгое движение как вверх, так и вниз.
29. Какой тип алгоритма должен быть выбран при решении квадратного уравнения?
- A) Линейный;
 - B) циклический;
 - C) разветвляющийся;
 - D) циклически-разветвляющийся.
30. Разветвляющийся алгоритм — это:
- A) присутствие в алгоритме хотя бы одного условия;
 - B) набор команд, которые выполняются последовательно друг за другом;
 - C) многократное исполнение одних и тех же действий;
 - D) другое.
31. Какое из перечисленных значений может быть только целым?
- A) Среднее значение трех чисел;
 - B) первая космическая скорость;
 - C) расстояние между городами;
 - D) количество этажей в доме.
32. Что такое протокол сети?
- A) Соглашение о способе обмена информацией;
 - B) файл на сервере;
 - C) устройство связи в сети;
 - D) сетевая программа.
33. Что необходимо для публикации Web-сайта?

- A) URL-адрес;
 - B) почтовый адрес пользователя;
 - C) адрес электронной почты пользователя;
 - D) имя пользователя и его пароль.
34. Поля с типом даты можно упорядочить:
- A) по алфавиту;
 - B) в хронологическом порядке;
 - C) по возрастанию одной из составляющих;
 - D) любым из вышеприведенных способов.
35. Если поле имеет тип даты, то какая запись соответствует данному полю?
- A) 10 ноября;
 - B) десятое ноября;
 - C) 10; 11;
 - D) 10—11.
36. Отчет базы данных — это:
- A) объект, позволяющий свести в форму необходимые данные;
 - B) объект, предназначенный для ввода данных;
 - C) объект, предназначенный для печати данных;
 - D) элемент таблицы.
37. При поиске информации звездочка заменяет:
- A) группу символов;
 - B) один любой символ;
 - C) любую цифру;
 - D) дату.
38. Электронная таблица — это:
- A) устройство ввода графической информации;
 - B) компьютерный эквивалент обычной таблицы;
 - C) устройство ввода числовой информации;
 - D) устройство для обработки числовой информации.
39. Основным элементом электронных таблиц является:
- A) ячейка;
 - B) столбец;
 - C) строка;
 - D) вся таблица.
40. Блок ячеек электронной таблицы задается:

- A) номерами строк первой и последней ячейки;
- B) именами столбцов первой и последней ячеек;
- C) указанием ссылок на первую и последнюю ячейки;
- D) областью пересечения строк и столбцов.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Информационные технологии (ИТ): определение понятия, назначение, структура, компоненты.
2. Этапы развития информационных технологий.
3. Свойства информационных технологий.
4. Основные виды информационных технологий.
5. Современные информационные технологии: цель и текущее состояние
6. Современные информационные технологии: тенденции развития.
7. Пользовательский интерфейс информационных технологий и его виды.
8. Стандарты пользовательского интерфейса информационных технологий.
9. Критерии оценки информационных технологий.
10. Информационные технологии конечного пользователя.
11. Технология обработки данных и ее виды.
12. Технологический процесс обработки и защиты данных.
13. Графическое изображение технологического процесса, меню, схемы данных, схемы взаимодействия программ.
14. Технологии открытых систем.
15. Сетевые информационные технологии.
16. Электронная почта, телеконференции, доска объявлений.
17. Гипертекстовые и мультимедийные информационные системы.
18. Инфраструктура рынка информационных технологий.
19. Классификация рекламных носителей в Интернете. Преимущества и недостатки разных носителей.
20. Общие сведения об арт-бизнесе и рекламе. Интернет-реклама.
21. Характеристика основных видов интернет-рекламы.
22. Преимущества и недостатки текстовой рекламы.
23. Контекстная реклама.
24. Разновидности используемых баннеров.
25. Маркетинговые и рекламные исследования.
26. Основные социальные сети. Аудитория социальных сетей.
27. Рекламные презентации баннеров.
28. Презентации в рекламе. Инструменты разработки презентаций.
29. Технология создания презентаций. Пакет PowerPoint

- | | |
|--|--|
| | <p>30. Язык HTML</p> <p>31. Создание Web – страниц.</p> <p>32. Интернет-технологии по арт-бизнесу и рекламе</p> <p>33. Создание рекламного видеоклипа:</p> <p>34. Программные средства обработки информации. Основные виды, характеристика и назначение.</p> <p>35. Прикладное программное обеспечение. Структура, основные виды</p> <p>36. Системное программное обеспечение. Структура, основные виды.</p> <p>37. Сервисное программное обеспечение. Структура, основные виды.</p> <p>38. Технические средства обработки информации. Основные виды, характеристика и назначение.</p> <p>39. Средства искусственного интеллекта. Виды, характеристика и назначение.</p> <p>40. Мультимедийные технологии.</p> <p>41. Программные продукты для создания Web-сайтов.</p> <p>42. Правовое регулирование на рынке информационных продуктов и услуг. Законодательная база в сфере информационных технологий</p> <p>43. Защита конфиденциальной информации в информационных технологиях и информационных системах. Основные направления и методы, программные продукты.</p> <p><i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i></p> <p>1. Инструменты поиска информации по арт-бизнесу и рекламе в Интернете.</p> <p>2. Правовые и этические вопросы рекламной деятельности в глобальной сети Интернет.</p> <p>3. Информационное общество. Автоматизация и информатизация общества. Социальные последствия информатизации.</p> <p>4. Защита конфиденциальной информации в информационных технологиях и системах: основные направления, методы и программные продукты.</p> <p>5. Правовое регулирование на рынке информационных продуктов и услуг. Законодательная база в сфере информационных технологий.</p> <p>6. Проблемы защиты информации при использовании современных интернет-технологий.</p> <p>7. Провайдеры услуг Интернета в России: особенности и сравнительные характеристики.</p> <p>8. Тенденции развития современных информационных технологий и информационных систем.</p> <p>9. Проблемы защиты авторских прав в сети Интернет.</p> <p>10. Влияние компьютерных сетей на человека.</p> <p>11. Зависимость от компьютерной виртуальной реальности.</p> <p>12. Интернет-общение: типы, особенности, тенденции и проблемы.</p> <p>13. Социологические исследования и современные информационные технологии.</p> <p>14. Интеллектуализация информационных систем социального назначения.</p> <p>15. Возможности использования средств отображения и наглядного представления данных в арт-</p> |
|--|--|

бизнесе. Современные мультимедийные средства.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Предмет, содержание и задачи курса «Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе».
2. Информационные технологии (ИТ): определение понятия, назначение, структура, компоненты.
3. Этапы развития информационных технологий.
4. Свойства информационных технологий.
5. Основные виды информационных технологий.
6. Современные информационные технологии: цель и текущее состояние
7. Современные информационные технологии: тенденции развития.
8. Свойства информационных технологий.
9. Критерии оценки современных информационных технологий.
10. Информационные технологии конечного пользователя.
11. Технология обработки данных и ее виды.
12. Технологический процесс обработки и защиты данных.
13. Структура и состав информации в арт-бизнесе и рекламе
14. Источники информации по арт-бизнесу и рекламе
15. Рекламные технологии компьютерного рынка
16. Система электронного документооборота в арт-бизнесе и рекламе
17. Методы анализа данных. Информационные технологии анализа данных
18. Графическое изображение технологического процесса, меню, схемы данных, схемы взаимодействия программ.
19. Программные средства реализации информационных систем.
20. Компьютерные технологии прогнозирования Средства искусственного интеллекта.
21. Мультимедийные технологии в арт-бизнесе и рекламе
22. Презентации в рекламе. Инструменты разработки презентаций.
23. Технология создания презентаций. Пакет PowerPoint
24. Виды мультимедийных технологий, тенденции развития.
25. Анализ тенденций развития арт-бизнеса и рекламной политики: назначение, основные компоненты и методы.
26. Базы данных в арт-бизнесе и рекламе.
27. Анализ современных СУБД.
28. Сетевые современные информационные технологии.
29. Электронная почта, телеконференции, доска объявлений.
30. Гипертекстовые и мультимедийные информационные системы.
31. Глобальные системы.

	32. Программные средства обработки информации. Основные виды, характеристика и назначение. 33. Прикладное программное обеспечение. Структура, основные виды 34. Системное программное обеспечение. Структура, основные виды. 35. Сервисное программное обеспечение. Структура, основные виды. 36. Технические средства обработки информации. Основные виды, характеристика и назначение. 37. Средства искусственного интеллекта. Виды, характеристика и назначение. 38. Глобальная сеть Интернет. Функциональное назначение и ресурсы Интернет 39. Программные продукты для создания Web-сайтов 40. Интернет-технологии в арт-бизнесе и рекламе 41. Интернет-сервисы анализа рекламной компании 42. Сервисы интернет-рекламы. 43. Рынок информационных услуг в арт-бизнесе и рекламе. 44. Правовое регулирование на рынке информационных продуктов и услуг. Законодательная база в сфере информационных технологий 45. Защита конфиденциальной информации в информационных технологиях и информационных системах: основные направления и методы 46. Программные продукты защиты конфиденциальной информации: основные виды, отличительные характеристики, принцип действия
Б1.О.24 Исследования в арт-бизнесе и рекламе	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестовые задания, • подготовка презентацией в Power Point • анализ разработанных студентами исследовательских инструментов • аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: • устные ответы, • оценка самостоятельно выполненных проектов по разработке визуальных рекламных продуктов, выполнение заданий в форме рекламных плакатов. <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестров по дисциплине проходит в форме экзаменов. <i>Примеры тестовых заданий</i> Тестовое задание № 1 1. Гипотеза в социологическом исследовании – это:

	1) прогноз (предсказание) того, что должно произойти; 2) Положение, предполагающее наличие связи между двумя или более переменными; 3) описание процедуры сбора данных; 4) выбор индикаторов, выявляющих социальные признаки. 2. Если механическая выборка в 250 элементов берется из остова выборки в 1500 элементов, интервал (шаг) выборки будет: 1) 6; 2) 12; 3) 15; 4) 20. 3. Под вероятностной выборкой понимают: 1) выборку, в которой рассчитывается вероятность совпадения полученных результатов с тем, что есть на самом деле; 2) совокупность полученных данных, имеющих определенную степень достоверности; 3) выборку, для которой все элементы в популяции имеют одинаковую и заранее известную вероятность быть отобранным в ее состав; 4) подбор респондентов в соответствии с общим замыслом исследования. 4. Квотной выборкой называется такой вид выборочной совокупности, при котором: 1) отбираемые объекты представляют собой группы или кластеры более мелких единиц; 2) применяются процедуры поэтапного отбора объектов, причем совокупность объектов, отобранных на предыдущем этапе, становится исходной для отбора на следующем; 3) выборочная совокупность формируется на основе статистических сведений об определенных (преимущественно социально-демографических) характеристиках генеральной совокупности; 4) отбору предшествует процедура разделения исходной совокупности на статистически или качественно однородные подсовкупности. 5. Если вам необходимо произвести систематическую выборку объемом в 100 человек, а список генеральной совокупности насчитывает 12.967 человек, то шаг выборки будет равен: 1) 100; 2) 130; 3) 150; 4) 200. 6. Выбор и обоснование проблемы завершается формулированием: 1) гипотез; 2) операциональных определений; 3) цели и задач;
--	---

4) вопросов в анкете.
 Ключ к тесту № 1: 1-2; 2-1; 3-3,4-3, 5-2, 6-3,
 Тестовое задание № 2
 Укажите номер правильного варианта ответа:
 1. Независимая переменная, которая предшествует по времени возникновения другой независимой переменной:
 1) зависимая переменная;
 2) интервенционная переменная;
 3) антецедентная переменная;
 4) альтернативная переменная.
 2. Адекватное соответствие между измеряемыми показателями и тем понятием, которое подлежит измерению:
 1) релевантность;
 2) валидность;
 3) операционализация;
 4) регрессия.
 3. Гипотеза, в которой независимые переменные идентичны, что делает ее подтверждение или опровержение невозможным:
 1) тавтологическая;
 2) корреляционная;
 3) направленная;
 4) каузальная.
 4. Явление, характеристика или процесс, которые могут принимать различные конкретные значения:
 1) экспериментальная модель;
 2) переменная;
 3) вариация;
 4) корреляция.
 5. Процесс отбора единиц наблюдения в состав выборочной совокупности по определенным правилам, определяемым целями и задачами исследования:
 1) выборка;
 2) группировка;
 3) классификация;
 4) ковариация.
 Ключ к тестовому заданию № 2:
 1-3; 2-2, 3-1; 4-2,5-1

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Анализ полученных данных;
2. Генеральная совокупность и репрезентативность;
3. Глубинные интервью;
4. Дискриптивные методы в исследованиях в арт-бизнесе;
6. Дискриптивные методы измерения;
7. Закрытые вопросы в исследованиях в арт-бизнесе;
8. Интерпретация данных и составление рекомендаций;
9. Исследование коммуникативной деятельности в арт-бизнесе;
10. Кодировочные таблицы в исследовании в арт-бизнесе;
12. Кривая нормального распределения;
13. Маркетинговые стратегии и целевые аудитории потребителей: проблемы эффективности;
14. Неслучайная выборка;
15. Обоснование проблемной ситуации;
16. Определение выборки в исследованиях в арт-бизнесе;
17. Определение генеральной совокупности;
18. Открытые вопросы в исследованиях в арт-бизнесе;
19. Представление данных в количественных исследованиях;
20. Протокол исследовательского процесса;
21. Протокол составления анкеты в исследованиях в арт-бизнесе;
22. Протокол составления отчета о проведенном исследовании;
23. Руководство исследовательским проектом;
24. Сбор данных в арт-бизнесе;
25. Связи двух и более переменных;
26. Случайная выборка;
27. Современные концепты арт-бизнеса;
28. Составление когнитивной карты;
29. Стил жизни как область и предмет исследования в арт-бизнесе;
30. Теоретические исследования в арт-бизнесе;
31. Тестирование концепции;
32. Типология описательных методов социологического анализа арт-бизнеса;
33. Типы фокус-групп;
34. Точность и достаточность вторичных исследований;
35. Формат вопросов в исследовании эффективности продукции/ услуг в арт-бизнесе;
36. Ценностные ориентации как область и предмет исследования в арт-бизнесе;

	37. Этические проблемы исследований в арт-бизнесе. 38. Системные исследования систем управления в арт-бизнесе. <i>Вопросы к экзамену по дисциплине (4 семестр)</i> 1. Объект и предметы теоретических и прикладных исследований в арт-бизнесе. 2. Особенности арт-бизнеса как объекта исследования. 3. Методологические подходы к исследованию арт-бизнеса. 4. Теоретический и прикладной анализ в арт-бизнесе. 5. Роль исследований в разработке бизнес-плана в арт-бизнесе. 6. Предварительные обсуждения и согласования в исследованиях в арт-бизнесе: обоснование проблемной ситуации. 7. Запросы маркетинга к рекламным исследованиям. 8. Виды рекламных исследований. 9. Обоснование необходимости проведения исследования; определение потребности в информации. 10. Планирование и сбор данных. 11. Этические проблемы исследований в арт-бизнесе. 12. Отчет об исследовании в арт-бизнесе. 13. Вторичные исследования. 14. Запросы маркетинга к исследованиям в арт-бизнесе. 15. Склонности и отношения потребителей. 16. Качественные исследования. 17. Количественные исследования. 18. Наблюдения: используемые параметры. 19. Физиологические исследования. 20. Методология и методика анализа результатов исследований. 21. Социологическое обеспечение арт-бизнеса. 22. Социально-демографические и другие характеристики целевой аудитории. 23. Ценности и стиль жизни как область и предмет социологического исследования поведения потребителей. 24. Модели основных типов мышления представителей целевых аудиторий. 25. Ценностное сегментирование молодежи. 26. Выборочное и сплошное исследование. <i>Вопросы к экзамену по дисциплине (5 семестр)</i> 1. Репрезентативность выборки. 2. Определение целевой генеральной совокупности. 3. Случайная выборка.
--	---

	4. Неслучайная выборка. 5. Фокус-группы. Исследование при помощи фокус-групп. 6. Дескриптивные методы для всех уровней измерения: доли, проценты, пропорции. 7. Анализ данных интервального и относительного уровня измерений. 8. Формулировка и переформулировка проблем и гипотез. 9. Логика и протокол исследовательского процесса. 10. Протокол составления отчета о проведенном исследовании. 11. Составление когнитивной карты. 12. Идентификация и определение понятий. 13. Выделение наблюдаемых событий. 14. Оценка и пересмотр индикаторов. 15. Протокол составления анкеты. 16. Разработка закрытых вопросов. 17. Разработка открытых вопросов. 18. Проверка гипотез. 19. Выводы об одном параметре на основе одной выборки. 20. Применение системных исследований в анализе арт-бизнеса. 21. Интерпретация данных и составление рекомендаций. 22. Исследование коммуникационной деятельности в арт-бизнесе. 23. Анализ эффективности арт-бизнеса. 24. Планирование исследования и использование контрольных групп. 25. Составление анкеты и формат вопросов. Анализ данных и представление результатов. 26. Этика исследований в арт-бизнесе и рекламе.
Б1.О.25 История искусств	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: - устный опрос; - письменные индивидуальные задания (эссе, реферат, тестирование); - интерактивные задания (презентация). <i>Рубежный контроль</i> предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: - устные ответы; - письменные работы; - оценка выполнения самостоятельной работы студентов: работа с первоисточниками, реферативная,

исследовательская работа.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Культура Японии: японская поэзия.
2. Традиционная японская живопись и скульптура.
3. Знаменитые китайские художники и поэты.
4. Мастера и шедевры изобразительного искусства Древней Греции.
5. Древнегреческий театр и драматургия.
6. Поэты Древней Греции.
7. Искусство Крита и Микен.
8. Зодчество Древней Греции.
9. Памятники архитектуры и скульптуры Юго-Восточной Азии.
10. Индийская традиционная поэзия и эпос.
11. Архитектура и скульптура Индии.
12. Римская архитектура и скульптура.
13. Римская литература и театр.
14. Раннехристианское храмовое зодчество: Византия, Запад, Кавказ.
15. Изобразительное искусство Византии.
16. Литература средневековой Европы.
17. Арабо-персидская литература и искусство.
18. Готика: зодчество и скульптура.
19. Библия как феномен художественной культуры: Библейская тематика в искусстве.
20. Архитектура Древней Руси.
21. Древнерусская живопись.
22. Истоки и традиции древнерусской литературы.
23. Русская фольклорная традиция и ее славянские истоки.
24. Зодчество Древней Руси.
25. Древнерусская живопись.
26. Храмовый синтез искусств в Древней Руси.
27. Развитие западноевропейской живописи 17-18 вв.
28. Музыка, литература, театр и формы взаимодействия искусств в 17-19 вв.
29. Русская живопись 18 в.
30. Русская живопись 19 в. Романтизм и реализм.

Вопросы к зачёту по дисциплине

Искусство и художественная деятельность в системе культуры.

	Художественный образ как основа произведения искусства. Закономерности и особенности отношений искусства и реальности Искусство и религия: особенности взаимодействия Искусство и другие формы сознания: политика, идеология, философия Искусство как носитель эстетических и нравственных ценностей Искусство как способ познания и преобразования мира. (Искусство и наука, искусство и техника). Искусство и мифология. Система видов искусства. Роды и жанры художественного творчества; их особенности в разных видах искусства. Особенности системы выразительности живописи и графики. Особенности художественной выразительности музыки и словесного творчества. Их возможности в художественном синтезе. Своеобразие художественной выразительности архитектуры и скульптуры. Прикладное искусство и дизайн в системе художественно-эстетического творчества. Своеобразие фольклора – народного художественного творчества. Особенности синтетических и сценических видов искусства. Художественный процесс и основные закономерности исторического развития искусства. Проблемы и идеи в истории искусствознания: от античности до 18 в. Искусствознание в 19-20 вв. Проблемы и методы современного искусствознания. Художественная деятельности в первобытную эпоху. Проблема зарождения искусства. Искусство и художественная культура Древних стран Передней Азии. Искусство Древнего Египта. Искусство и традиционная культура Китая. Искусство и традиционная культура Японии. Искусство и традиционная культура стран исламского мира. Искусство и культура Византии. Христианство и художественная культура средневековой Европы. Этнические традиции в художественной жизни европейского Средневековья. Народная и рыцарская культура. Романский и готический стили в искусстве Средневековья. Ценности и достижения античного искусства и его историческое значение. Мифология, литература, театр в художественной жизни античного мира. Развитие античной архитектуры. Истоки античного искусства: Крито-микенская эпоха и период архаики.
--	---

	Античная классика и эллинизм: развитие изобразительных видов искусства. Особенности искусства Древнего Рима. Истоки и традиции древнерусского искусства и литературы. Зодчество Древней Руси. Древнерусская живопись. Храмовый синтез искусств в Древней Руси. Особенности искусства Возрождения на юге Европы. Особенности искусства Возрождения на севере Европы. Классицизм как художественное направление в европейском искусстве 17-19 вв. Идеи и художественные образы искусства эпохи Просвещения. Архитектура и искусство Барокко. Развитие западноевропейской живописи 17-18 вв. Музыка, литература, театр и формы взаимодействия искусств в 17-19 вв. Художественные идеи романтизма в различных видах искусства. Художественные идеи реализма 19 в. в различных видах искусства. Развитие архитектуры и скульптуры в 19-20 вв. Импрессионизм в искусстве конца 19 в. Русское зодчество и скульптура 18-19 вв. Русская живопись 18 в. Русская живопись 19 в. Романтизм и реализм. Взаимодействие искусств в русской культуре 18-рубежа 20 в. Художественная жизнь России начала 20 в. Развитие отечественного искусства в 20 в. Модернистские направления в искусстве 20 в. Постмодерн и массовая культура в художественной жизни современности.
Б1.О.26 Практика графического дизайна	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. <i>Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля – экзамен.</i> <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций):</i> 1. Композиция это;

- а) сочинение, составление;
 - б) макет;
 - в) рисунок;
2. Симметрия это:
- а) композиционная идентичность;
 - б) гармония в композиции;
 - в) единица измерения;
3. Под ритмом понимают:
- а) графические элементы;
 - б) течение, движение;
 - в) акцент элементов;
4. Пропорции это:
- а) выделенная деталь;
 - б) равновесие отношений;
 - в) смешение цветов;
5. Асимметрия в композиции:
- а) объёмные геометрические структуры;
 - б) композиционное равновесие;
 - в) резкое отличие элементов;
6. Метрический ряд выражает:
- а) хаотичную структуру;
 - б) центробежные элементы;
 - в) покой и равновесие;
7. Пропорциональность характеризует:
- а) верно найденную соразмерность;
 - б) дисгармония;
 - в) свойство цвета;
8. Доминанта это:
- а) рисунки образцов природы;
 - б) трансформация изображения;
 - в) преобладание в композиции;
9. Нюанс предполагает:
- а) объёмную композицию из отдельных плоскостей;
 - б) незначительная разница между элементами;
 - в) реалистическое изображение природы;

10. Тектоника в композиции это:
а) закономерности физических и конструктивных свойств;
б) определённая толщина букв;
в) орнаментальное заполнение плоскости;
11. Доминанта это:
а) рисунки образцов природы;
б) трансформация изображения;
в) преобладание в композиции;
12. Нюанс предполагает:
а) объёмную композицию из отдельных плоскостей;
б) незначительная разница между элементами;
в) реалистическое изображение природы;
13. Тектоника в композиции это:
а) закономерности физических и конструктивных свойств;
б) определённая толщина букв;
в) орнаментальное заполнение плоскости;
14. Акцент:
а) штриховка предметов;
б) развёртка формы предметов;
в) выделение предмета в композиции;
15. Контраст;
а) соразмерность;
б) резкое отличие элементов;
в) насечка;
16. Масштаб это:
а) соотношение предметов;
б) трансформация изображения в знаковой форме;
в) фактура предмета;
17. Статичность:
а) равенство отношений;
б) рисунки предметного мира;
в) подчёркнутое выражение состояние покоя;
18. Динамичность:
а) графическое средство выражение образа;
б) закономерно изменяющаяся форма, чередующихся элементов;

	в) покой и равновесие: 19. Глубинно-пространственная композиция: а) расположение объёмов в пространстве; б) соразмерность композиционных форм; в) повторение и чтение формы и плоскости; 20. Объёмно-пространственная композиция: а) графический акцент на плоскости; б) переход от светлого тона к тёмному; в) композиция с равным значением трёх измерений объёма; 21. Хроматические цвета это: а) насыщенность; б) чистые цвета спектра; в) смешение цветов; 22. Ахроматические цвета: а) переход от белого к чёрному цвету и их смешение; б) светлота; в) яркий художественный образ; 23. Оптические иллюзии: а) эффект объёма элементов на плоскости; б) техника живописи; в) стиль в архитектуре. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля первого раздела</i> 1. Понятие больших художественных стилей. 2. Понятие гарнитуры шрифта. 3. Композиция. Её определение. 4. Основные изобразительные средства чёрно-белой графики. 5. Понятие тоновой графики. 8. Понятие фирменного стиля. 9. Понятие логотипа. 10. Понятие орнамента. 11. Принципы графической интерпретации «слово – образ». 12. Понятия основных орнаментальных различий форм проекта. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля второго раздела</i> 1. Приведите примеры объектов рекламного дизайна. 2. Что такое образ?
--	--

3. Как реализуются коммуникативные функции дизайна?
 4. Как понять тезис «дизайн контролирует движение глаз зрителя»?
 5. Почему эмоции зрителя при восприятии имеют первоочередное значение для разработки дизайна?
 6. Какова роль позитивного и негативного пространства в дизайн-решении?
 7. Почему особое значение имеет анализ визуальных предпочтений целевой аудитории? Как соотносятся предпочтения, ожидания целевой аудитории с выбором средств и приемов дизайна?
 8. В чем заключается логика размещения текста и иллюстрации с учетом психологии восприятия зрителем?
 9. Роль предпроектного анализа в дизайне.
 10. От каких факторов зависит цветовое восприятие?
 11. Как выбор художественных средств влияет на коммуникативную роль плаката?
 12. Назовите типы плаката и их особенности.
 13. Какова методика дизайн-проектирования?
 14. Что такое «айдентика»?
 15. Раскройте значение упаковки как рекламного-маркетингового средства продвижения товара.
 16. Как соотносится дизайн-концепция и рекламная концепция товара?
 17. Что такое «мерчандайзинг»?
 18. Как технологические особенности производства упаковки влияют на дизайн-решение проекта?
 19. Назовите виды рекламных носителей.
 20. Перечислите основные компоненты фирменного стиля и их классификацию.
 21. Как имидж компании находит отражение в брендбуке?
 22. Определите этапы разработки брендбука.
- Вопросы к зачету по дисциплине:*
1. Назовите определения: дизайн, композиция.
 2. Перечислите средства композиции и дайте их определения.
 3. Дайте определения: раппорт, элемент, интервал.
 4. Дайте определения: динамическое равновесие, картинное поле, доминанта.
 5. Дайте определение: замкнутая композиция, ограниченная композиция, неограниченная композиция.
 6. Дайте определения: монтажная композиция, формальная композиция, сюжетная композиция.
 7. Дайте определения стилизации: внешние функциональные признаки, скрытые функциональные признаки, навязанное (или заданное) свойство.
 8. Дайте определения: стилизация, стайлинг.
 9. Какие выразительные средства композиции вы знаете?
 10. Какие виды композиции вы знаете?
 11. Назовите категории меры.

12. Объясните понятие зрительного центра тяжести.
 13. Чем обеспечивается визуальная целостность композиции?
 14. От чего зависит пространственная активность (доминантность) элемента?
 15. Чем отличается центр композиции от центра картинного поля?
 16. В чем выражается иерархия элементов композиции?
 17. Какова роль орнаментальных символов в визуальной коммуникации?
 18. Чем отличаются метр и ритм?
 19. Дайте определения: динамика, статика.
 20. Дайте определения: элемент, мотив.
 21. Дайте определения: симметрия, асимметрия.
 22. Назовите и раскройте понятия категорий композиции.
 23. Чем отличаются средства, свойства и качества композиции?
- Вопросы к экзамену по дисциплине:*
1. Чем определяются силовые линии и силовые поля элемента?
 2. Определите понятие «образ – ассоциация».
 3. Какие виды композиционных решений картинной плоскости вы можете назвать?
 4. Какие виды пропорций вы можете назвать?
 5. Дайте определение термина «пропорция», «модуль».
 6. Дайте определение терминов: «золотое сечение», «ряд чисел Фибоначчи».
 7. Дайте определение термина «пропорционирование».
 8. Дайте определение терминов: контраст, нюанс, тождество.
 9. Сформулируйте закон соподчинения.
 10. Сформулируйте закон доминанты.
 11. Сформулируйте закон трехкомпонентности.
 12. Сформулируйте закон контраста.
 13. Сформулируйте закон простоты.
 14. Дайте определение структуры.
 15. Дайте определение комбинаторики.
 16. Назовите основные виды симметрии.
 17. Дайте определение асимметрии.
 18. Дайте определение формы, фактуры поверхности.
 19. Дайте определение тектоники.
 20. Назовите виды тектонических систем.
 21. Назовите и раскройте понятия трех видов пластики объемной формы.
 22. Назовите виды композиционных структур, получаемых при различной компоновке форм.

	23. Дайте определение понятия «дизайн». 24. Образ художественный и образ проектный. 25. Функции объектов рекламного дизайна. 26. Основы эффективного дизайна. 27. Типы зрительского восприятия и способы его активизации. 28. Предпроектный анализ в дизайне: обзор и анализ аналогов. 29. Цветовая гармония в рекламном дизайне. Роль цветовой гаммы в рекламном дизайне 30. Плакат как графическая форма 31. Композиционные приемы в плакатной графике 32. Концепция в дизайне. Рекламная концепция товара. Роль упаковки 33. Виды и типы упаковки 34. Технологии упаковочных производств 35. Рекламные носители. Особенности визуального решения рекламы 36. Компоненты фирменного стиля и их классификация. Структура брендбука.
Б1.О.27 Инфографика	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: подготовка презентацией в PowerPoint аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения <i>Промежуточный контроль</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена. Оценочные средства <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1. Дайте определение информационных технологий в визуальных коммуникациях. 2. Назовите функции информационных технологий в визуальных коммуникациях. 2. Перечислите основные требования к информационному обеспечению социальной деятельности. 3. Назовите программные продукты, используемые в визуальных исследованиях. 4. Перечислите графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, видео фрагментов и анимации.. 5. Какие основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности 6. Перечислите методы сбора информации о визуальных продуктах. 7. Назовите способы проведения исследований. 9. Перечислите способы оценки эффективности рекламного воздействия. 10. Понятие, виды и функции информации в рекламе. 12. Назовите технологии баз данных и использования возможностей БД в рекламной деятельности.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Инфографика в деловом журнале (газете) по выбору
2. Картография – старейший вид инфографики. Эволюция жанра
3. Инфографика в рекламной компании (по выбору)
4. Шрифт в инфографике. Выбор основной и дополнительных гарнитур.
5. Шрифтовая акциденция в инфографике. Шрифт как смыслообразующий и аналитический элемент инфографики.
6. Инфографика в науке и журналистике. Сходство и различие
7. Особенности авторского стиля инфографа (по выбору)
8. Инфографика – ситификация и ошибки использования.
9. Инфографика в PR-кампании (по выбору)
10. Инфографика в рекламе компании (по выбору)

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. История инфографики.
2. Что такое визуализация массивных статистических данных.
3. Принципы изготовления столбчатой диаграммы, круговой диаграммы и диаграммы рассеивания.
4. Площадные и пузырьковые диаграммы.
5. Принципы выбора шрифта.
6. Гигиеничность и экономичность шрифта — важнейшие характеристики при выборе шрифта в инфографике.
7. Кегль, интерлиньяж, размещение основных текстовых блоков.
8. Принципы размещения заголовка, лида и подписей к графикам.
9. Особенности человеческого восприятия и умение располагать части инфографики так, чтобы она воспринималась как единое целое.
10. Параметры цвета в инфографике.
11. Технология создание цветового круга и цветовой палитры.
12. Информационная графика в бизнесе и экономических СМИ.
13. Инфографика в газетах и глянцевых журналах.
14. Принципы создания стилей простой инфографики.
15. Визуализация статистических данных бизнес-издания.
16. Картография как старейший вид инфографики. Принципы, история и практика.
17. Теория изготовления карт одного из районов города.
18. Изготовление структурной диаграммы и блок-схемы.
19. Использование пиктограмм и их изготовление.
20. Принципы рекламы и PR, их связь с информационным дизайном.

	21. Примеры использования инфографики в рекламе и PR-кампании. 22. Эффект и эффектность как принцип построения рекламы и презентации. 23. Примеры псевдоинфографики и как избежать нечестности в работе с информацией. 24. Основные этапы работы над инфографикой. 25. Правило «Пять W».
Б1.В.01 Бизнес-планирование	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачет с оценкой <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> 1.Как называется человек занимающийся бизнесом? (один ответ) 1) бизнесмен; 2) комермант; 3) предприниматель; 4) все ответы верны; Правильные ответы 4. 2.Предпринимательская деятельность, предпринимательство представляет собой? (один ответ) 1) барыга; 2) лица, осуществляющие инициативную деятельность на свой риск; 3) инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений направленную на получение прибыли; Правильные ответы 3. 3.Бизнес — это; (один ответ) 1) любое занятие, дело, приносящее доход; 2) совокупность отношений между всеми его участниками, образующими команду

	единомышленников с целью получения дохода, прибыли, развития фирмы, предприятия, организации; 3) приносящая доход деятельность граждан, имеющих собственность 4) верно 1 и 2; 5) верно 2 и 3; 6) верны все варианты ответа; Правильные ответы 6. 4. Кто выступает в виде участников бизнеса; (несколько вариантов ответа) (несколько ответов) 1) работники, осуществляющие трудовую деятельность; 2) предприятия; 3) предприниматели; 4) обычные люди; Правильные ответы 1.3. 5. Бизнес как система представляет собой явление, наделенное четырьмя свойствами, какими; (один ответ) 1) целесообразностью, целостностью, противоречивостью и активностью; 2) целесообразностью, объективностью, противоречивостью и активностью; 3) целесообразностью, правдивостью, противоречивостью и активностью; 4) целесообразностью, решительностью, противоречивостью и активностью; Правильные ответы 1. 6. В 1980-е гг. наблюдался бум предпринимательства, в основе которого лежали многие причины, в том числе; (несколько вариантов ответа) (несколько ответов) 1) вступление мировой экономики в очередной этап НТР; 2) высокая степень ориентации на нововведения; 3) обострение конкурентной борьбы; 4) повышение уровня образования кадров; Правильные ответы 1.3.4. 7. Интрапренеры — это;
--	---

	(один ответ) 1) это предприниматели, добившиеся успеха; 2) это новаторы, добившиеся реализации своих новаторских идей; 3) бизнесмены потерпевшие неудачу; Правильные ответы 2. 8.Основной чертой интрапренерства являются; (один ответ) 1) высокая степень ориентации на нововведения; 2) высокие показатели; 3) низкая рентабельность; 4) стабильность государственной и социальной политики; Правильные ответы 1. 9.Считается, что отрицательное воздействие на развитие предпринимательской деятельности оказывают следующие факторы: (один ответ) 1) высокие налоговые ставки; 2) психология исключительности; 3) низкая норма накопления; 4) все варианты верны; Правильные ответы 4. 10.Как по другому называют бизнес-планирование; (один ответ) 1) предпринимательское планирование; 2) коммерческое планирование; 3) деловое планирование; 4) индивидуальное планирование; Правильные ответы 3. 11.Бизнес-планирование — это; (один ответ) 1) самостоятельный вид плановой деятельности, которая непосредственно связана с
--	--

	предпринимательством; 2) самостоятельный вид деятельности, которая непосредственно связана с предпринимательством; 3) самораскрытие для себя чего-то нового, которое непосредственно связано с предпринимательством; Правильные ответы 1. 12.Какое формальное планирование, безусловно, требует усилий; (один ответ) 1) экономическая информация (прогноз процентных ставок, прогноз темпов инфляции и т. д.); 2) заставляет руководителей мыслить перспективно; 3) политическая информация и т. Д.; Правильные ответы 2. 13.Расположите в порядке убывания основные стадии процесса бизнес — планирования; (несколько ответов) 1) подготовительную стадию; 2) стадию реализации бизнес-плана. 3) стадию разработки бизнес-плана; 4) стадию продвижения бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности; Правильные ответы 1.2.3.4. 14.Презентация бизнес-плана — это; (один ответ) 1) краткое изложение основных положений бизнес-плана на переговорах с инвесторами и потенциальными партнерами 2) это процедура аудита бизнес-плана с внешними инвесторами проводящие по определенной схеме; 3) это начало переговоров с потенциальными инвесторами и партнерами по реализации бизнес — проекта. Правильные ответы 1. 15.Сколько этапов включает процедура аудита бизнес — плана; (один ответ) 1) 3 2) 6 3) 5
--	---

	4) 9 Правильные ответы 2. 16.Что означает реализовать бизнес-план; (один ответ) 1) означает определение логической последовательности событий в рабочих задачах; 2) означает подготовку бюджета реализации и потоков средств, которые обеспечат финансирование бизнес-плана; 3) означает выполнить все рабочие задачи в фирме и вне ее, необходимые для того, чтобы перевести деловой проект из стадии бизнес-плана в реальную производственную стадию Правильные ответы 3. 17.Целесообразность означает; (один ответ) 1) что бизнес любому элементу внутри него придает рациональную направленность на объединяющее эти элементы начало — получение дохода, прибыли; 2) что бизнес — явление социальное, тесно связанное с социальными системами, деятельностью людей; 3) что бизнес должен состоять из противоречий, так как они — источник любого развития; Правильные ответы 1. 18.Противоречивость означает; (один ответ) 1) что бизнес любому элементу внутри него придает рациональную направленность на объединяющее эти элементы начало — получение дохода, прибыли; 2) что бизнес — явление социальное, тесно связанное с социальными системами, деятельностью людей; 3) что бизнес должен состоять из противоречий, так как они — источник любого развития; Правильные ответы 1. 19.Активность означает; (один ответ)
--	--

	1) что бизнес любому элементу внутри него придает рациональную направленность на объединяющее эти элементы начало — получение дохода, прибыли; 2) что бизнес — явление социальное, тесно связанное с социальными системами, деятельностью людей; 3) что бизнес должен состоять из противоречий, так как они — источник любого развития; Правильные ответы 2. 20. Что собой представляет финансовое планирование; (один ответ) 1) помогает, провести анализ экономического состояния предприятия на данный момент времени или обосновать реальность достижения его целей в будущем 2) может быть использован Вами как эффективный инструмент самоорганизации и контроля; 3) контроль финансов вашего проекта; Правильные ответы 1. 21. Основные стратегические задачи любого, в том числе и Вашего, бизнеса можно сформулировать; (несколько вариантов ответа) (несколько ответов) 1) узнать, чего хотят Ваши потребители; 2) получить прибыль; 3) удовлетворить их потребности; Правильные ответы 1.2.3. 22. В принципе существует три способа решения задачи постановки бухгалтерского учёта — это; (несколько вариантов ответа) (несколько ответов) 1) за это возьмётся Вы сами ; 2) за это возьмётся штатный бухгалтер; 3) это выполнит внештатный бухгалтер, работающий по договору; 4) Вы поручите эту работу какой-либо из фирм, оказывающих специализированные бухгалтерские услуги. Правильные ответы
--	---

	1.2.3.4. 23.Отчёт о прибылях и убытках, или отчёт о финансовых результатах позволяет; (один ответ) 1) показать насколько эффективно (прибыльно или убыточно) работает хозяйственная система предприятия в течение определённого периода. 2) основывается на информации, получена из отчёта о результатах и анализа движения денежных средств; 3) продемонстрировать, насколько хорошо предприятие управляет своими денежными средствами (находящимися как на счетах в банке, так и в кассе) для обеспечения ликвидности; 4) позволяет ежемесячно сопоставлять фактические результаты хозяйственной деятельности предприятия с запланированными; Правильные ответы 1. 24.Отчёт о движении денежных средств призван; (один ответ) 1) показать насколько эффективно (прибыльно или убыточно) работает хозяйственная система предприятия в течение определённого периода. 2) основывается на информации, получена из отчёта о результатах и анализа движения денежных средств; 3) продемонстрировать, насколько хорошо предприятие управляет своими денежными средствами (находящимися как на счетах в банке, так и в кассе) для обеспечения ликвидности; 4) позволяет ежемесячно сопоставлять фактические результаты хозяйственной деятельности предприятия с запланированными; Правильные ответы 3. 25.Анализ безубыточности позволяет (один ответ) 1) показать насколько эффективно (прибыльно или убыточно) работает хозяйственная система предприятия в течение
--	---

	определённого периода. 2) основывается на информации, получена из отчёта о результатах и анализа движения денежных средств; 3) продемонстрировать, насколько хорошо предприятие управляет своими денежными средствами (находящимися как на счетах в банке, так и в кассе) для обеспечения ликвидности; 4) позволяет ежемесячно сопоставлять фактические результаты хозяйственной деятельности предприятия с запланированными; Правильные ответы 2. 26. Анализ отклонений позволяет (один ответ) 1) показать насколько эффективно (прибыльно или убыточно) работает хозяйственная система предприятия в течение определённого периода. 2) основывается на информации, получена из отчёта о результатах и анализа движения денежных средств; 3) продемонстрировать, насколько хорошо предприятие управляет своими денежными средствами (находящимися как на счетах в банке, так и в кассе) для обеспечения ликвидности; 4) позволяет ежемесячно сопоставлять фактические результаты хозяйственной деятельности предприятия с запланированными; Правильные ответы 4. 27. Под основными производственными средствами и оборудованием понимаются; (один ответ) 1) рабочие и силовые машины; 2) материально-вещественные ценности предприятия; 3) измерительные и регулирующие приборы и оборудование; Правильные ответы 2. 28. Для чего составляется балансовый отчёт предприятия; (один ответ)
--	---

- 1) для контроля за ресурсами;
 - 2) для отчёта сравнение с отчётами предыдущих периодов;
 - 3) чтобы показать, в каком соотношении находятся его активы, пассивы и акционерный капитал компании в данный момент времени;
- Правильные ответы
- 3.
- 29.«Оборотный капитал» включают;
- (один ответ)
- 1) денежные средства предприятия, а также активы, которые в течение следующего года будут или, в случае необходимости, могут быть превращены в денежные средства;
 - 2) активы, принадлежащие предприятию на правах собственности, которые в течение длительного времени используются для производства продукции, её хранения, транспортировки и реализации;
 - 3) произведённые в отчётном периоде»Авансовые платежи» предприятия за товары и услуги, которые будут получены в будущем, «Расходы будущих периодов»;
- Правильные ответы
- 1.
- 30.«Основному капиталу» относятся;
- (один ответ)
- 1) денежные средства предприятия, а также активы, которые в течение следующего года будут или, в случае необходимости, могут быть превращены в денежные средства;
 - 2) активы, принадлежащие предприятию на правах собственности, которые в течение длительного времени используются для производства продукции, её хранения, транспортировки и реализации;
 - 3) произведённые в отчётном периоде «Авансовые платежи» предприятия за товары и услуги, которые будут получены в будущем, «Расходы будущих периодов»;
- Правильные ответы
- 2.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Бизнес-план, его определение и сущность
2. Процесс разработки бизнес-плана: основные этапы и последовательность их выполнения
3. Принципы разработки бизнес-планов, выработанные международной практикой
4. Бизнес-план как инструмент управления предприятием
5. Ключевые стратегии предприятия, описываемые в его бизнес-плане
6. Простой метод оценки эффективности капиталовложений в бизнес-планировании
7. Дисконтный метод оценки эффективности капиталовложений в бизнес-планировании
8. Порядок формулирования целей при осуществлении бизнес-планирования
9. Цель и содержание маркетинговой стратегии предприятия
10. Цель и содержание производственной стратегии предприятия
11. Цель и содержание финансовой стратегии предприятия
12. Разработка календарного плана в ходе бизнес-планирования
13. Оценка в бизнес-плане выпускаемой и планируемой продукции
14. Анализ в бизнес-плане хозяйственной деятельности предприятия.
15. Описание финансового состояния предприятия в бизнес-плане.
16. Обоснование в бизнес-плане инновационной стратегии предприятия.
17. Увязка в бизнес-плане объема производства продукции с производственной мощностью предприятия.
18. Определение численности работающих и фонда заработной платы при разработке бизнес-плана.
19. Описание в бизнес-плане материально-технического обеспечения предприятия и его проекта.
20. Описание в бизнес-плане реструктуризации предприятия.
21. Описание в бизнес-плане организационно-правовой формы и структуры управления предприятием.
22. Оценка рисков в бизнес-плане. Типы и виды рисков проектов предприятия.
23. Описание в бизнес-плане мер по снижению потерь от рисков проекта.
24. Показатели экономической эффективности проектов.
25. Планирование денежных поступлений и расходов при разработке бизнес-плана. Определение точки достижения безубыточности предприятия при разработке бизнес-плана.
26. Управление финансовым состоянием предприятия по его показателям эффективности хозяйственной деятельности.
27. Управление денежными потоками предприятия.
28. Порядок проведения экспертизы бизнес-плана.
29. Порядок разработки бизнес-планов консалтинговыми фирмами и другими организациями.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Бизнес-план как инструмент рыночного управления и развития фирмы.
2. Проблемы поиска деловой информации в бизнес-планировании.
3. Информация о перспективах развития фирмы и ее вкладе в развитие отрасли и региона.
4. Характеристика патентной защищенности предлагаемых товаров (услуг) или технологий их производства.
5. Учет мнений потребителей при разработке новых товаров или их модернизации.
6. Исследование факторов, влияющих на спрос товаров (услуг).
7. Изучение потребностей потенциальных покупателей и перспективы их изменения.
8. Прогнозирование развития емкости сегментов рынка.
9. Конкуренты фирмы как объект исследования бизнес - среды.
10. Сравнительный анализ конкурентоспособности товаров фирмы.
11. Основные проблемы продвижения новых товаров фирмы на рынки и пути их решения.
12. Планирование мероприятий по достижению оптимального объема продаж и получению максимальной прибыли.
13. Планирование реализации продукции и эффективность методов реализации.
14. Планирование послепродажного обслуживания клиентов.
15. Методика составления плана маркетинга для различных видов деятельности.
16. Циклограмма производства и реализации продукции.
17. Методика разработки производственных планов для различных видов деятельности.
18. Варианты расчетов в финансовом плане: оптимистический, пессимистический, наиболее вероятный.
19. Значение разработки плана получения средств для создания и развития стратегического центра хозяйствования.
20. Методика разработки производственных планов для различных видов деятельности.
21. Оценка вероятности возникновения рисков и ожидаемого ущерба.
22. Особенности оценки рисков для крупных и простых проектов.
23. Порядок и методы представления информации о правовых аспектах деятельности фирмы
24. Оценка потребностей в инвестициях и источников их финансирования.
25. Особенности разработки приложений к бизнес-плану.
26. Особенности переговоров с предпринимателями различных стран.
27. Методика проведения презентации бизнес-плана для различных видов деятельности.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Особенности развития бизнес-планирования в России.
2. Бизнес-план и его роль в развитии предпринимательства.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">3. Цели бизнес–планирования ,задачи, исполнители.4. Принципы бизнес – планирования.5. Виды бизнес-планирования.6. Бизнес- идея как инновационная основа бизнес – планирования и инвестиционного проектирования.7. Система инвестиционных бизнес -проектов и их классификация.8. Отличительные признаки инвестиционного бизнес - проекта.9. Методика разработки бизнес-плана.10. Методы и технические приемы, использованные в бизнес -планировании.11. Структура бизнес-плана.12. Процесс бизнес –планирования и последовательность разработки бизнес-плана.13. Методика разработки раздела «Общее описание фирмы, цели фирмы» в бизнес-плане.14. Методика разработки раздела «Оценка рынка сбыт» в бизнес-плане.15. Методика разработки раздела «Конкуренция» в бизнес-плане.16. Маркетинг план и его роль в бизнес-плане.17. Методика разработки раздела «Производственный план» в бизнес-плане.18. Методика разработки раздела «Управление и организация» в бизнес-плане.19. Методика разработки раздела «Финансовый план» в бизнес-плане.20. Методика разработки раздела «Оценка предпринимательских рисков» в бизнес-плане.21. Путь от идеи до получения дохода на вложенный капитал как жизненный цикл инвестиционного проекта.22. Влияние бизнес-проекта на деловую активность предприятия.23. Бизнес-план как универсальная форма представления инвестиционного проекта.24. Оценка рыночного потенциала предприятия в процессе инновационно-инвестиционной деятельности.25. Описание предпринимательских рисков в бизнес – плане.26. Определение категории «предпринимательский риск».27. Классификация предпринимательских рисков.28. Оценка потерь в связи с рисковыми ситуациями.29. Пути снижения рисков30. Пути снижения внешних предпринимательских рисков.31. Пути снижения внутренних предпринимательских рисков.32. Методика оценки бизнес – планов.33. Финансовый план как инструмент реализации бизнес-плана.34. Экономическая эффективность бизнес-планов. |
|--|---|

	35. Оценка эффективности финансовой деятельности предприятия на соответствие стратегическим целям бизнеса.
Б1.В. 02 Деловой иностранный язык	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: - устный опрос; - практические задания. Рубежный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: - устные ответы, практические работы; - оценка выполнения самостоятельной работы студентов, направленной на усвоение и закрепление полученных знаний, умений и навыков. Промежуточный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. <i>Примеры тестовых заданий</i> 1. Answer the question: “How do you do?” I’m fine. Thanks. Not too bad. How do you do? Pleased to meet you. 2.much last year? Have you travelled Did you travel Are you travelling Do you travel 3. In recent years The North Face problems with people making illegal copies of its products. had is having are having has had 4. Read the text and find the best title. “Dennis Tito was the son of Italian parents who left Italy to live in the USA. His interest in space travel began in 1961 when he saw a satellite in the sky. He studied aerospace engineering at university then he got a job with NASA. But he didn’t stay in that job. He started his own company and at the age of 40 he became a millionaire. After a Japanese journalist and a British scientist went

into space with the Russians, he decided to offer \$20 million to do the same. The Russians needed the money for their space programme and said 'yes'."

Best Investment

Dream Comes True

The Best Way to Travel

Tito's Biography

5. Let me give you

some advice

a piece of advice

a lot of advice

Everything is correct

6. Over the years, the telecommunications industry has experienced a lot of changes, but it is now one of in the world

the importantest

more important

importanter

the most important

7. When someone gives you their business card in Japan, you it carefully.

can't

may

should

shouldn't

8. Match the questions in (A) to the answers in (B). (A) 1. Where do you work? 2. Where are you working? 3. Where do you stay? 4. Where are you staying? (B) a. At the same hotel every year. b. In Bern for two days, then in London for two more. c. In an office in Moscow. d. In our St. Petersburg office. Just for one month.

d b a c

c d a b

a c b d

b c d a

9. Yuri is responsible the company website and the computer system. He's got computers in his office.

to; a lot of

for; many

for; lots of

to; much

10. What do you like to spend your money ?
for

on

at

to

11. Match the words in (A) with their meaning in (B). (A) 1) a note (AmE= a bill); 2) a credit card; 3) a debit card; 4) cash. (B) a) a card you use to buy things on credit; b) real money that you carry with you; c) a card you use to pay directly from your bank account; d) paper money. The correct answer is

a c d b

d a c b

b c a d

a b c d

12. The company has recruited a lot of people
this year
last month
the other day
not long ago

13. Read the sentences and put them into the letter in the correct order. (A) I'm pleased to tell you; (B) Please let me know; (C) Could you email him; (D) Thank you for your email of. "Dear Ms Brown,
..... (1) 20th May. Unfortunately, I will not be at Merchant Bank Co
conference because I will be in Mexico when it starts. But (2) that my company
will be represented at the conference. My colleague Mr Taylor will be there. I will give him the conference
information you sent me. But (3) with any further details? Thanks.
..... (4) if there is a problem with this change. Best wishes, John Smith"

a b c d

d a c b

d b c a

b a c d

14. I get to work7.30 a.m.
in
from
at
for

15. Match the words in (A) with their meaning in (B). (A) 1) employment; 2) export; 3) package holidays; 4) accommodation. (B) a) a place to stay, for example, a hotel; b) work, a job; c) to sell and send goods to another

country; d) holidays which include travel, accommodation, and food. The correct answer is
a b c d
b c d a
c d a b
d b a c

1. The Friday evening flight is always full so you book well in ad-vance to be sure of getting a seat. have to

need
can
must

2. Unfortunately, we can't give you information about the new product. We've only got details and diagrams. lots of;
little; a lot of
much; a few; some
some; any; few
any, few; many

3. The company's profits rose 10% last year. to
—
by
on

4. The new technology is good, but the company needs a lot of to develop it.
budget
opportunity
potential
funding

5. A joint venture is the activity of making goods available to customers after they have been produced the way of developing new ideas and solving problems by having a meeting where everyone makes suggestions and these are discussed
the process of putting the parts of a product together in manufacturing
a business activity in which two or more companies have invested together

6. Find the best title to the text “The location of a business can be an important factor for its growth. If a company wants to set up an office in a new location – to be near the regional markets, for example, it needs to be sure that the region has good infrastructure and a stable economy. Some governments offer low taxes to attract companies to set up in developing regions. After deciding on the region or city for the new office, the company then has to find a good site for premises”
New Field of Dreams
Dilemma: A new Location

Strategy to Find New Premises
Good Location Increases Profits

7. It is difficult for companies to set the price of a product. A price may help sales, but it also the profit margin. As a result, the company may have to cut costs to keep prices
higher; increase; reduces; down

lower; decrease; increases; up
lower; increase; reduces; down
higher; decrease; increases; up

8. Identifying fraudulent claims has helped the company to
raise
spend
waste
save

9. The market for DVD players last year, and the findings
in our December survey. has been researched; will be reported

was researched; are reported
researched; was reported
researched; are reported

10. If you fully satisfied with this product, we you money.
won't be; shall refund
will be; shan't refund
are not; will refund
will not be; refund

11. People on the trainee scheme have no work, just a university qualification.
CV

experience
application
resume

12. Put the sentences (A), (B), (C), (D) into the text in the correct order. (A) group that they work with, (B) person has responsibility for a specific area of work, (C) retailers sell goods to the general public, (D) some companies manufacture or produce goods. "Companies have different activities and work in different ways. So(1), others provide services;
.....(2). Companies employ people to work for them in many kinds of job. Each(3) and a role within the team or
(4)....."
D C B A

A B D C

C B A D

B C A D

13. If electric cars so many disadvantages, more people them.

didn't have; would buy

don't have; would buy

won't have; will buy

didn't have; will buy

14. The company the market leader for three years now. is

was

is being

has been

15. I apologize sooner. I look forward you next month.

not to reply; to meet

1. for not replying; for meeting

not for replying; to meet

for not replying; to meeting

Task 1. You have received a letter from your English speaking pen friend who writes It's a really brave step to take a year out of college to come and spend 6 months in the UK! What are you planning to do with your time? Find a job? Learn some new skills? Write back and give me more details of your plans so I can do my best to help you have a good time...

I've got to go now! It's time for my favourite TV show. Keep in touch!

Lots of love,

Chemmy

Write a letter to Chemmy. In your letter

– answer her questions and tell her about your plans

– ask 3 questions about her favourite TV shows. Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 2. This is part of a letter from your English pen friend. ...Have you ever thought what you are going to do in the future? As for me, I really don't know what career to choose although my parents say it's time I made a choice. What kind of job would you prefer to do? Have you asked your parents for advice? Would you like to follow in their footsteps?

Anyway, we've got some time to think. Let me know what you think about it.

All the best,

Jack

Write back to Jack. In your letter

- answer his questions
 - ask 3 questions about his hobbies and leisure activities
- Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 3. You have received a letter from your English speaking pen friend Pam who writes ... I don't think it's fair to make children do household chores because we're too busy at school. And what about you? Do you help your mum about the house? What kind of things do you have to do? Do you have enough time to do chores?

As for my plans for the summer, I am going to Italy with my friends. We'll be studying Ital-ian at a summer school. It's really great!

Hope to hear from you soon!

Love,

Pam

Write a letter to Pam. In your letter

- answer her questions tell her about your household duties
 - ask 3 questions about her trip to Italy
- Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 4. This is part of a letter from Jenny, your English speaking pen friend. ...I'm getting ready for my A levels at the moment. It's rather difficult for me to remember all the necessary facts and figures. And when do you have exams in Russia? Do you find it easy to revise? Do you study at night? Is there any advice you could give me?

And another thing! My parents say you could come and visit us in summer. Would you like to? ...

Write back to Jenny. In your letter

- answer her questions
 - ask 3 questions about your trip to England.
- Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 5. You have received a letter from your English speaking pen friend who writes ... All in all, my birthday party was great! However, one of my friends came to the party in casual clothes. Just jeans and a T shirt! Of course I didn't say anything but she felt a bit left out. I was really sorry for her! And what do you usually wear when you go to a birthday party? Is it im-portant in Russia to wear smart clothes at parties? What would you do if you were me?

I've got to go now as I have loads of homework to do. Drop me a line when you can.

Lots of love,

Patricia

Write a letter to Patricia. In your letter

- answer her questions
- ask 3 questions about her birthday presents Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 6. This is part of a letter from your English pen friend. ...Guess what! All my friends are going to 'Waterland' next week and I can't swim! What shall I do? If I go with my friends, they will be teasing me all the time. I have wanted to learn to swim for a long time but I feel em-barrassed to start learning at my age.

What would you advise me to do? Is it difficult to learn how to swim? How many lessons will I need?

Well, I'd better go now as my mum's calling me for dinner.

Take care and keep in touch!

Yours,

Mark

Write back to Mark. In your letter

- answer his questions
- ask 3 questions about his favourite sports Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 7. You have seen the following advertisement in The Moscow Times.

Write a letter to answer the advertisement. In your letter

- explain why you decided to write
- describe your appearance and character
- ask about the accommodation and the time required to do this work.

Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 8. You have seen the following advertisement in The Moscow News.

Write a letter to answer the advertisement. In your letter

- explain why you decided to write
- describe your education and experience
- ask about the pay and the time required to do this work. Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 9. You have seen the following advertisement in The St. Petersburg Times.

Write a letter to answer the advertisement. In your letter

- describe your qualifications and experience
- explain why you would make a good leader
- ask about the accommodation and the period of work. Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 10. You have seen the following advertisement in The Russia Journal.

Write a letter to answer the advertisement. In your letter

- explain why you decided to write
- describe your achievements
- ask about the pay and accommodation. Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 11. You have seen the following advertisement in The Student News.

Write a letter to answer the advertisement. In your letter

- explain why you decided to write
- tell them about yourself and about your educational qualifications
- ask about accommodation and the timetable.

Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Task 12. You have seen the following advertisement in The Local News.

Write a letter to answer the advertisement. In your letter

- explain why you decided to write
- answer the questions
- ask about the pay and the food. Write 100–140 words.

Remember the rules of letter writing.

Вопросы к зачету по дисциплине:

Беседа по теме на иностранном языке:

- 1.Моя карьера
- 2.Работа в команде
- 3.Работа и путешествия
- 4.Работа за рубежом
- 5.Деньги в современном мире

Напишите письмо на иностранном языке:

	1.Письмо личного характера 2.Письмо о приеме на работу 3.Письмо о приеме на курсы <i>Вопросы к экзамену по дисциплине</i> Беседа по теме на иностранном языке: 1.Современные технологии на работе 2. Мой рабочий день 3. Культурный шок 4.Знание иностранных языков 5. Обмен опытом Напишите письмо на иностранном языке: 1.Письмо жалоба 2.Письмо-запрос 3.Письмо-заказ 4.Письмо-отказ 5.Письмо-отмена заказа 6. Письмо личного характера 7. Письмо о приеме на работу 8.Письмо о приеме на курсы Составьте резюме для устройства на работу.
Б1.В. 03 Искусствознание	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля - экзамен. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> 1.Кому принадлежат следующие слова: «Искусство есть не что иное, как творческая способность, руководимая подлинным разумом». 1) Платон. 2) Аристотель

- | | |
|--|---|
| | <p>3) Пифагор
4) Ксенократ</p> <p>2.«Золотые слова» принадлежат</p> <p>1) Платону
2) Аристотелю
3)Пифагору
4) Ксенократу</p> <p>3. Представления об оригинальности как источнике развития заложены в работах</p> <p>1) Леонардо да Винчи
2) Рафаэля Санти
3) Миеанджело
4) Боккаччо</p> <p>4. Назовите автора «Жизнеописания наиболее знаменитых живописцев, ваятелей и зодчих»</p> <p>1) Леонардо да Винчи
2) Ченнино Ченнини
3) Дж. Вазари
4) Бенвенуто Челлини</p> <p>5.Назовите автора первой нормативной поэтики эпохи классицизма</p> <p>1) Никола Пуссен
2) Буало-Депрео,
3) Рене Декарт,
4) Роже де Пиль</p> <p>6.Назовите автора концепции исторического развития искусства, выделяющего стиль ранний, зрелый и стиль подражателей.</p> <p>1) Дж. Вазари,
2) Винкельман,
3) Лессинг,
4) Гете</p> <p>7. Автором сборника эссе «Об искусстве» является</p> <p>1) Дж. Вазари,
2) Винкельман,
3) Лессинг,
4) Гете</p> <p>8. Кто из немецких философов понимал искусство как отдельную реальность и</p> |
|--|---|

средство освобождения духа от конечных форм и содержания?

- 1) Винкельман,
- 2) Лессинг,
- 3) Гегель,
- 4) Кант

9. Назовите имя ученого, НЕ относящегося к представителям культурноисторической школы

- 1) И. Тэн,
- 2) Ф.И. Буслаев,
- 3) Гердер,
- 4) Винкельман

10. Назовите представителей отечественной семиотики

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Искусствознание, определение понятия. Теория и методология искусства.
2. Представление о методах и подходах в искусствознании.
3. Возникновение науки об искусстве.
4. Искусствознание и религия.
5. Искусствознание и психология.
6. Искусствознание и философия.
7. Искусствознание и история.
8. Искусствознание и литература.
9. Искусствознание эпохи Античности.
10. Искусствознание в средние века.
11. Искусствознание в эпоху Возрождения.
12. «Сладостный стиль» и его влияние на творчество Данте Алигьери.
13. Новый эстетический идеал в творчестве Петрарки.
14. «Жизнеописания» Дж. Вазари.
15. Искусствознание эпохи классицизма.
16. Творчество Винкельмана.
17. Трактат «Лаокоон» Лессинга.
18. Романтики об искусстве.
19. «Лекции по эстетике» Гегеля.
20. Культурно-историческая школа в искусствознании.
21. Духовно-исторический метод в искусствознании.

22. Импрессионизм в живописи.
 23. Роль Стендаля, В. Гюго, Т. Готье в развитии искусствознания.
 24. Учение о художественном зрении А. Гильдебранта.
 25. В. Беньямин об искусстве.
 26. Анализ раннехристианского искусства М. Дворжака.
 27. Иконология Э. Панофского.
 28. Понятие объекта и субъекта познания в трудах Э. Кассирера.
 29. Формальная школа в искусствознании.
 30. Формальный метод в русском искусствознании.
 31. Французский структурализм.
 32. Теория и метод искусства Г. Зедльмайра.
 33. Постмодернистские концепции в искусствознании.
 34. Семиология Н. Гудмена.
 35. Деконструктивизм Ж. Деррида.
 36. Феминистское искусствознание.
 37. Психоанализ в искусстве.
 38. Социологические подходы в искусствознании.
 39. Религиозные подходы в искусствознании.
 40. П. Флоренский об искусстве.
-
- 6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций
1. Представление об искусстве в древнегреческой философии.
 2. Представления об идеале в средние века.
 3. Революция в искусстве эпохи Возрождения.
 4. Гуманисты XV в. и их представления об искусстве.
 5. «Жизнеописания» Дж. Вазари.
 6. Представления об искусстве в эпоху классицизма.
 7. Творчество Винкельмана.
 8. Трактат «Лаокоон» Лессинга.
 9. Представления об искусстве И.-В. Гете.
 10. Представление о природе искусства И. Канта.
 11. «Лекции по эстетике» Гегеля.
 12. Учение А. Гильдебранта о художественном зрении и «архитектонической целостности».

13. Проблема формы в изобразительном искусстве.
14. Развитие художественной формы в трудах А. Ригля.
15. Духовно-исторический метод в искусствознании.
16. Формальный метод в искусствознании.
17. Основные представители формальной школы в искусствознании.
18. Французский структурализм.
19. Постмодернистские концепции в искусствознании.
20. Философско-эстетические взгляды Платона.
40. Аристотель: проект поэтики.
41. Философско-эстетические аспекты античного театра.
42. Учение о прекрасном в неоплатонизме: Плотин.
43. Учение о свободе воли и благодати в средневековой философии.
44. Важнейшие идеи теологии Августина в «Исповеди».
45. Философско-эстетическая мысль эпохи Возрождения (М.Фичино, П. дела Мирандола, Л.Валла и др.).
46. Философия французского Просвещения: искусство и общество (Вольтер, Ж.-Ж.Руссо, Д.Дидро).
47. Философия искусства немецкого Просвещения (И.И.Винкельман, Г.Э.Лессинг, И.Г.Гердер).
48. Ю.Хабермас: Философия Просвещения как философия модерна.
49. Философско-эстетические взгляды И.Канта.
50. Вопросы эстетики в работе И.Канта «Критика эстетической способности суждения».
51. Философия искусства Г.Ф.В.Гегеля.
52. Учение Гегеля о формах становления духа как ключ к истории эстетики.
53. Философская теория немецкого романтизма: Ф.В.Шеллинг, И.Г.Фихте, Фр. Шлегель, А.Шлегель.
54. Философия искусства Ф.В.Шеллинга.
55. А.Шопенгауэр: основные идеи в его работе «Мир как воля и представление».
56. Идея творчества в «философии жизни» (А.Бергсон).
57. Эстетика «философии жизни» (И.В.Гете, А.Бергсон, Ф.Ницше, Г.Зиммель).
58. Основные идеи в работе Ф.Ницше «Рождение трагедии из духа музыки».
59. Ницше: оппозиция аполлоновского и дионисийского в искусстве.
60. Марксистская философия искусства: вариант Д.Лукача.
61. Основные идеи Х. Ортеги-и-Гассета в работах «Восстание масс», «Дегуманизация искусства».
62. Философия и эстетика экзистенциализма (С.Кьеркегор, М.Хайдеггер, А.Камю, Ж.-П.Сартр).
63. Психоаналитические концепции искусства (З.Фрейд, К.Г.Юнг).
64. Философия искусства М.Хайдеггера.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Искусствоведение в системе гуманитарных и естественных наук
2. Особенности формирования искусствознания как особой области научной деятельности.
3. Современная структура искусствоведческого знания: история искусства, теория искусства, художественная критика, музееведение, их методологические и функциональные отличия.
4. Герменевтика как методология гуманитарных наук (Ф. Шлейермахер, В. Дильтей, Г. Г. Гадамер и др.).
5. Социологический метод в искусствознании.
6. История истории искусства как исследовательская проблема (Ж.Базен).
7. Дж.Вазари – основатель биографического метода в истории искусства.
8. И.Винкельман как теоретик и историк искусства.
9. Теория и история искусства Гете.
10. Венская школа в искусствознании (А.Ригль и др.).
11. М.Дворжак: история искусства как история духа.
12. Г.Вёльфлин: «история искусства без имен».
13. «Формальная школа» в искусствознании: русский вариант.
14. «Формальная школа» в искусствознании: немецкий вариант
15. Выдающиеся искусствоведы Запада XX века (М.Дворжак, Э.Панофский, Х.Зедльмайр, Э.Гомбрих и др.).
16. Х.Зедльмайр: кризис искусства как проблема.
17. Социологический метод в искусствознании.
18. Структурализм и его влияние на искусствознание второй половины XX века (К.Леви-Стросс и др.).
19. Теоретические взгляды и методологические подходы отечественных историков искусства (И.Э.Грабарь, М.В.Алпатов, В.Н.Лазарев, Б.Р.Виппер, А.А.Федоров-Давыдов, Н.А.Дмитриева и др.).
20. А.Ф.Лосев: концепция античной эстетики.
21. Философия комического в работах М.М.Бахтина.
22. Постмодернизм в теории и философии искусства. Философско-эстетические взгляды В.Беньямина.
23. Й.Хёйзинга: искусство в культуре Средних веков.
24. Игра как феномен культуры: от Ф.Шиллера к Й.Хёйзинге.
25. Э.Гомбрих как историк и теоретик искусства.
26. Проблема кризиса искусства в философии искусства и искусствознании XX века.

- | | |
|--|---|
| | <p>27.Ю.М.Лотман: искусство как объект семиотического исследования</p> <p>28.Социально-историческая изменчивость изобразительно-выразительных средств искусства.</p> <p>29. Основные и важнейшие способы художественного мышления: реалистическое, натуралистическое и формалистическое.</p> <p>30.Художественный образ.</p> <p>31.Особенности языка пространственных, временных, синтетических видов и искусства.</p> <p>32.. Основные виды изобразительного (визуального) искусства: архитектура, живопись, графика, скульптура.</p> <p>33. Декоративно-прикладное искусство и архитектура, их особое место среди других видов изобразительного искусства.</p> <p>34. Специфика музыкальной образности. Изобразительные возможности музыки.</p> <p>35. Танец как вид искусства. Основные выразительные средства танца</p> <p>36. Особенности языка театра как синтетического вида искусства.</p> <p>37..Урбанизация: город как центр культуры, появление массового общества, «человека массы», «толпы».</p> <p>38.Глобальные проблемы современности: новые акценты. .Обостренность и трагичность мировосприятия, постмодернистские и религиозно –мистические</p> <p>39.Модернизм как художественный протест против традиционализма и буржуазных условностей в искусстве.</p> <p>40.Кубизм и конструктивизм.</p> <p>41.Выражение коллизии гармонии и дисгармонии мира в творчестве П. Пикассо.</p> <p>42.Абстракционизм: попытка создания К. Малевичем универсального образа мира посредством линии, цвета и плоскости.</p> <p>43.Беспредметные пластические композиции В. Кандинского как поиск высшей формы «духовности» в искусстве.</p> <p>44.Сюрреализм С. Дали, Р. Магритта, П. Клея: смятенная личность в хаосе иррационального, непознаваемого мира.</p> <p>45.Поп-арт: художественно—образное воплощение деидеологизированный личности общества «массового потребления».</p> <p>46. Реалистическое направление в живописи. Социальный реализм Ф. Кафки, К. Кольвица.</p> <p>47.Новые пути реализма в русской живописи (Б. Кустодиев, М. Нестеров, К. Петров-Водкин и др.).</p> <p>48.Искусство и миф.</p> <p>49. Проблема канона в искусстве. Иконография и ее изучение.</p> <p>50. Понятие о стиле в архитектуре и изобразительных искусствах.</p> <p>51.Стиль и стилизация.</p> |
|--|---|

52. Стил ь эпохи и индивидуальная манера художника
53. Культура восприятия и ассоциативное мышление.
54. Пути интерпретации: анализ художественной формы, нахождение культурных параллелей, установление исторического контекста памятника, поиск исторических тенденций.
55. Формы искусствоведческой работы: история и теория искусства, популяризация, преподавание.
56. Художественный музей. Виды музеев и их особенности.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Искусствознание как наука.
2. Методы искусствоведения
3. История искусства в ее историческом становлении
4. История искусства в XX в.
5. Духовный потенциал искусства.
6. Особенности художественного языка видов искусства
7. Тенденции и противоречия современной социокультурной ситуации
8. Искусство модернизма: основные особенности, школы и направления, новый взгляд на мир и человека
9. Реалистическое направление в искусстве XX –начала XXI века
10. Постмодернизм как социокультурный феномен
11. Историческое развитие художественной формы.
12. Искусство и миф.
13. Художественные средства пространственных и временных искусств.
14. Художественные эпохи и их исторические границы.
15. Исторический и типологический подходы к материалу искусства.
16. Формы искусствоведческой работы
17. Основные направления искусствоведческих исследований.
18. Искусствознание в период античности.
19. Искусствознание в период Средневековья
20. Возникновение науки об искусстве эпохи Возрождения.
21. Барокко и Классицизм в искусствознании
22. Формирование теории искусствознания
23. Дж.Вазари – основатель биографического метода в истории искусства.
24. . И.Винкельман как теоретик и историк искусства.

	26. Теория и история искусства Гете. 27. Венская школа в искусствознании (А.Ригль и др.). 28. М.Дворжак: история искусства как история духа. 29. Г.Вёльфлин: «история искусства без имен». 30. «Формальная школа» в искусствознании: русский вариант. 31. «Формальная школа» в искусствознании: немецкий вариант. 32. Выдающиеся искусствоведы Запада XX века 33. Х.Зедльмайр: кризис искусства как проблема. 34. Социологический метод в искусствознании. 35. 88. Структурализм и его влияние на искусствознание второй половины XX века(К.Леви-Стросс и др.). 36. Теоретические взгляды и методологические подходы отечественных историков искусства (И.Э.Грбарь, М.В.Алпатов, В.Н.Лазарев, Б.Р.Виппер, А.А.Федоров-Давыдов, Н.А.Дмитриева и др.). 37. А.Ф.Лосев: концепция античной эстетики. 38. Философия комического в работах М.М.Бахтина. 39. Й.Хёйзинга: искусство в культуре Средних веков. 40. Игра как феномен культуры: от Ф.Шиллера к Й.Хёйзинге. 41. Э.Гомбрих как историк и теоретик искусства. 42. Проблема кризиса искусства в философии искусства и искусствознании XX века. 43. Ю.М.Лотман: искусство как объект семиотического исследования. 44. Постструктурализм в теории искусства. 45. Культурно-исторический метод 46. Формальная школа. Духовно-исторический метод 47. Структурный анализ 48. Постмодернистские концепции в искусствознании 49. Междисциплинарные подходы в искусствознании
Б1.В.04 Современная массовая культура	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта и экзамена. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i>

1. Как соотносятся понятия «высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура?
2. Каковы основные задачи и функции массовой культуры в обществе Современности?
3. Раскройте понятие «культуриндустрия» в работе «Диалектика Просвящения» Т. Адорно и М. Хоркхаймера.
4. Как в рамках семиотического подхода изучаются формы массовой культуры?
5. Охарактеризуйте ключевые понятия «Cultural studies», применяемые для анализа массовой культуры.
6. Каковы основные черты европейской массовой культуры между двумя мировыми войнами?
7. Как изменялись формы молодежной культуры в 1950-е гг. в Америке и СССР?
8. Как изучаются формульные произведения?
9. Какова роль гендерных исследований 1970-80-х гг. для изучения массовой культуры?
10. Как изучаются практики современного потребления?
11. Каковы функции «звезд» в современной культуре?
12. Какова роль постколониальных и мультикультурных исследований 1970-90-х гг. для изучения массовой культуры?
13. Каковы основные черты советской массовой культуры 1970-80-х гг.?
14. Как исследуются телевизионные сериалы в 1990-2000-е гг.?
15. Как соотносятся субкультурные формы и процессы и массовая культура?
16. Какое влияние оказывает рынок на тривиальную литературу (на примере российской культуры 2000-х)?
17. Как изучаются глобальные спортивные шоу?
18. Каковы специфические черты постсоветской массовой культуры 1990-х?
19. Раскройте смысл понятия «Nowbrow culture» (Дж. Сибрук).
20. Как изменяются формы массовой культуры в условиях постиндустриального информационного общества?

Тематика докладов и презентаций

1. Понятие массовой культуры в трудах представителей Франкфуртской школы.
2. Исследование массовой культуры в Великобритании в 1950-е годы: Р. Уильямс и Р. Хогарт.
3. Теории и подходы современных «Cultural studies» для анализа массовой культуры.
4. Исследования массовой культуры в работах Ж. Бодрийяра.
5. Культура потребления в 1900-1910-е гг.
6. «Пригородная мечта»: массовая культура в США 1950-х гг.
7. Современные подходы к исследованию тривиальной литературы: понятие о формульном

повествовании.

8. Феномен моды в современной культуре.
9. Способы изучения массовой культуры в работах Р.Барта.
10. Гендерный анализ телевизионной рекламы.
11. Репрезентация «другого» в американских телесериалах 1980-х гг.
12. Образы и идеологии в комиксах о супергероях: 1930-е и 1990-е гг.
13. Культурная специфика российской массовой литературы 2000-х гг.
14. Феномен глобального туризма в современной культуре.
15. Культурная специфика российских телесериалов 2000-х гг.
16. Спортивное шоу как глобальное медиасобытие.
17. Массовое кино в условиях новых цифровых технологий.
18. «Классика» в современной популярной музыке.
19. Культура «звезд» и знаменитостей в 2000-е гг.
20. Феномен гламура и культура глянцевого журналов.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие и сущность массовой культуры.
2. Проблема возникновения массового общества и массовой культуры.
3. Трансформация форм и процессов массовой культуры на протяжении XIX-XXI вв.
4. «Высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура: объем и соотношение понятий.
5. Массовая культура и субкультуры.
6. Массовая культура в современном – глобальном, постиндустриальном, информационном мире.
7. Постиндустриализм и общество потребления. Идеологии потребления в текстах массовой культуры.
8. Исследования потребления в культуре: массовое потребление и медиа.
9. Феномен моды в современной культуре. Функции и задачи моды и системе общества.
10. Структуры высокой и массовой моды, коммуникации с потребителями.
11. Социокультурное значение шопинга. Культурная семантика шопинг-центра.
12. Подходы к изучению «культуры масс» в XIX - первой трети XX в.
13. Ключевые понятия для анализа форм массовой культуры: «толпа», «общество масс», «тирания большинства» и «демократия».
14. Традиции критики культуриндустрии: «Общество спектакля» Ги Дебора.
15. Экспансия коммерческой культуры и развлечений; феномен омассовления.

	16. Присвоение и ресемантизация классики в массовой культуре. <i>Вопросы к экзамену по дисциплине</i> 1. Роль глобальных медиа для трансляции форм массовой культуры. 2. Культура массовых зрелищ. 3. Глобальный, массовый, индивидуальный туризм. «Производство мест», страна как зрелище. 4. Глобальные и локальные «массовые события», концепция Дж. Урри. 5. Профессиональный спорт в системе массовой культуры. 6. Феномен гламура и культура глянцевого журнала: продвижение образов и стилей жизни. 7. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов. 8. Тривиальная литература: культурные особенности «мужских» и «женских» романов. Феномен иронического детектива, ретро-детектива. 9. Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н. XXI в. 10. Китч, мидкульт, арт – характеристика понятий. 11. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления. 12. Знаменитости, индустрия развлечений и культура потребления: практики кобрендинга. 13. Механизмы массовой культуры, мода, реклама. 14. Психологическая функция массовой культуры. 15. Познавательная функция массовой культуры. 16. Развлекательная функция массовой культуры. 17. Эстетическая функция массовой культуры. 18. Моральная значимость и ценность продукции массовой культуры. Культ оптимизма. 19. Реклама как феномен современной культуры. 20. Культура зрелищ и "цивилизация картинок". 21. Трансформации тела в спортивных шоу. 22. Телевидение: особенности культуры "электронной среды". 23. Виртуальность, интернет и конструирование идентичности. 24. Представление "другого" в текстах массовой культуры.
Б1.В.05 Эвент-технологии	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:</i>

- *подготовка презентацией в Power Point*
- *аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения*

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы,
- оценка самостоятельно выполненных интернет проектов.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля - экзамен.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Типология и классификация эвент-мероприятий.
2. Компетенции и обязанности эвент-менеджера.
3. Эвент-менеджмент как инструмент управления персоналом.
4. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия.
5. Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план эвент-мероприятия.
6. Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декоративно-образный, образно-музыкальный)
7. Монтаж в литературно-художественном творчестве. Изобразительная функция монтажа.
8. Предварительные исследования, разработка и планирование эвент-мероприятий.
9. Основные методы определения бюджета эвент-мероприятия.
10. Идея и концепция эвент-мероприятия.
11. Оценки выполнимости эвент-проекта.
12. Расчет времени на реализацию эвент-проекта.
13. Критерии отбора поставщиков и партнеров эвент-проектов.
14. Виды услуг, необходимых при проведении эвент-мероприятий.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Понятие эвент-маркетинга и развитие технологий организации эвент-мероприятий.
2. Масштаб эвент-мероприятий: частные, городские, региональные, межрегиональные, федеральные, международные.
3. Эвент-мероприятия как инструмент укрепления внутренней и внешней лояльности.

4. Формирование достижимых целей и бюджетирование эвент-программ компании.
5. Образно-смысловой ход сценария и его композиционная структура.
6. Сводный план эвент-мероприятия и функциональные планы по направлениям.
7. Спонсорский пакет и спонсорские привилегии. Мотивация и стимулирование спонсорства.
8. Авторские права и их защита.
9. Коммуникационные стратегии создания благоприятной среды реализации проекта.
10. Метод комплексной оценки эффективности эвент-мероприятия.
11. Способы минимизации затрат на проведение эвент-мероприятий.
12. Основные тенденции развития индустрии развлечений и организации мероприятий.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий.
2. Исторические корни индустрии развлечений. Масштабы и темпы развития технологий организации собраний, досуговых и корпоративных мероприятий.
3. Возможности для массовых эвент-мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах.
4. Международные массовые эвент-мероприятия.
5. Типология и классификация эвент-мероприятий.
6. Компетенции и обязанности эвент-менеджера.
7. Эвент-менеджмент как инструмент управления персоналом.
8. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия.
9. Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план эвент-мероприятия.
10. Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декоративно-образный, образно-музыкальный).
11. Композиционная структура сценария. Экспозиция, завязка, кульминация, развязка драматургического произведения.
12. Монтаж в литературно-художественном творчестве. Изобразительная функция мон-тажа.
13. Предварительные исследования, разработка и планирование эвент-мероприятий.
14. Основные методы определения бюджета эвент-мероприятия.
15. Идея и концепция эвент-мероприятия.
16. Оценки выполнимости эвент-проекта.
17. Расчет времени на реализацию эвент-проекта.
18. Критерии отбора поставщиков и партнеров эвент-проектов.
19. Виды услуг, необходимых при проведении эвент-мероприятий.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий.
2. Исторические корни индустрии развлечений. Масштабы и темпы развития технологий организации собраний, досуговых и корпоративных мероприятий.
3. Возможности для массовых эвент-мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах.
4. Международные массовые эвент-мероприятия.
5. Типология и классификация эвент-мероприятий.
6. Компетенции и обязанности эвент-менеджера.
7. Эвент-менеджмент как инструмент управления персоналом.
8. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия.
9. Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план эвент-мероприятия.
10. Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декоративно-образный, образно-музыкальный).
11. Композиционная структура сценария. Экспозиция, завязка, кульминация, развязка драматургического произведения.
12. Монтаж в литературно-художественном творчестве. Изобразительная функция мон-тажа.
13. Предварительные исследования, разработка и планирование эвент-мероприятий.
14. Основные методы определения бюджета эвент-мероприятия.
15. Идея и концепция эвент-мероприятия.
16. Оценки выполнимости эвент-проекта.
17. Расчет времени на реализацию эвент-проекта.
18. Критерии отбора поставщиков и партнеров эвент-проектов.
19. Виды услуг, необходимых при проведении эвент-мероприятий.
20. Спонсорский пакет и спонсорские привилегии. Мотивация и стимулирование спонсорства.
21. Общие принципы заключения договоров. Ключевые элементы договора.
22. Управление творческим процессом при планировании эвент-мероприятия.
23. Продвижение эвент-проекта: реклама, PR, инструменты маркетинга.
24. Целевые группы воздействия и каналы коммуникаций.
25. Оценка результатов и критерии эффективности эвент-мероприятия.
26. Взаимосвязь целей эвент-мероприятия и критериев эффективности.
27. Финансовый менеджмент эвент-мероприятия.
28. Финансовые цели мероприятия. Твердые и переменные издержки и доходные элементы эвент-мероприятия.
29. Финансовый план эвент-мероприятия.

	30. Финансовые отношения между клиентами, подрядчиками и субподрядчиками эвент-проекта. 31. Формирование цены услуг в сфере эвент-менеджмента. Внешние и внутренние факторы. Способы минимизации расходов. 32. Основные тенденции развития индустрии
Б1.В.06 Управленник креативными проектами	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос • подготовка презентацией в Power Point • выставка фотопроектов • аналитические задания и обсуждение результатов их выполнения Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачет, вид итогового контроля - экзамен. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1. Креатив как технология. Качества креатива. Формула «правильного креатива». Модель креативного процесса Д. Бернштейна. 2. Креатив и потребности целевой аудитории. Релевантность и влияние креатива. 3. Мотив в креативе. Структура мотивов А. Маслоу. 4. Психологические исследования целевой аудитории. Психология и ее использование в рекламе. Психологическое сегментирование. 5. Рекламная стратегия и идея. Структура стратегии. Иерархия стратегий в планировании. Информационное и эмоциональное наполнение. 6. Современные рекламные стратегии. Стратегия опережения потребности. Стратегия разрыва стереотипов Ж.-М. Дрю. 7. Бриф как вектор творчества. Виды и разделы брифа. Составление брифа Формы брифа. Заполнение форм брифа. 8. Проблема решения творческих задач. Эвристика. Методы решения творческих задач. <i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i> 1. Художественный и рекламный образ. 2. Особенности структуры личности креатора: знания, навыки и умения; 3. Путь формирования и развития таланта специалиста в атр-бизнесе;

4. Креативная личность.
5. Создание рекламы, особенности творческого подхода..
6. Формирование рекламных образов в контексте психических процессов.
7. Виды ассоциаций.
8. Психологические барьеры и их преодоление в рекламе.
9. Мозговой штурм А. Осборна (brain-storming). Последовательность действий и правила при проведении мозгового штурма. Критерии подбора «штурмовиков». Алгоритм проведения мозгового штурма I-G-I.
10. . Сравнительный анализ методик «мозгового штурма» и «синектики». Их применение в рекламе.
11. Мотивационный анализ и его использование для создания креатива.
12. Нейминг. Бренд-концепция, ее значение и составляющие. Алгоритм генерации имени бренда и критерии отбора. Применение ренейминга.
13. Тестирование рекламы. Использование методик претестинга и посттестинга в творческом процессе. Дизайнерская подготовка тестируемых материалов.
14. Стереотип и стереотипизация в рекламе.
15. Креативная технология Disruption, ее концепты и применение в создании отечественной и зарубежной рекламы.
16. Приемы создания рекламного образа в арт-бизнесе и рекламе.
17. Поиск нестандартных идей с использованием творческих игр и упражнений.
18. Рекламная идея и художественный образ.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Создание рекламы, особенности творческого подхода.
2. Этапы творческого процесса.
3. Классификация элементов процесса создания рекламного продукта.
4. Цели и задачи креативной деятельности.
5. Формирование рекламных образов в контексте психических процессов.
6. Виды ассоциаций.
7. Особенности рекламного образа и рекламного текста, их различия.
8. Приемы создания рекламного образа в арт-бизнесе и рекламе.
9. Поиск нестандартных идей с использованием творческих игр и упражнений.
10. Методы активизации идей.
11. Метод фокальных объектов и техника номинальной группы.
12. Описание целевой аудитории.

13. Понятие и условные типы инсайта.
14. Рекламная идея и художественный образ.
15. Шкала SIMPLE.
16. Креативные идеи в арт-бизнесе.
17. Креативное арт-бизнес проектирование.
18. Функциональные составляющие рекламной кампании в арт-бизнесе.
19. Процесс классификации целевой аудитории и мониторинга СМИ.
20. Рекламная стратегия в арт-бизнесе.
21. Креативная концепция в арт-бизнесе и рекламе.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Психологические барьеры и их преодоление в рекламе.
2. Мозговой штурм А. Осборна (brain-storming). Последовательность действий и правила при проведении мозгового штурма. Критерии подбора «штурмовиков». Алгоритм проведения мозгового штурма I-G-I.
3. Сравнительный анализ методик «мозгового штурма» и «синектики». Их применение в рекламе.
4. Мотивационный анализ и его использование для создания креатива.
5. Креатив как технология. Качества креатива. Формула «правильного креатива». Модель креативного процесса Д. Бернстайна.
6. Креатив и потребности целевой аудитории. Релевантность и влияние креатива.
7. Мотив в креативе. Структура мотивов А. Маслоу.
8. Психографические исследования целевой аудитории. Психографика и ее использование в рекламе. Психографическое сегментирование.
9. Рекламная стратегия и идея. Структура стратегии. Иерархия стратегий в планировании. Информационное и эмоциональное наполнение.
10. Современные рекламные стратегии. Стратегия опережения потребности. Стратегия разрыва стереотипов Ж.-М. Дрю.
11. Бриф как вектор творчества. Виды и разделы брифа. Составление брифа. Формы брифа. Заполнение форм брифа.
12. Проблема решения творческих задач. Эвристика. Методы решения творческих задач.
13. Нейминг. Бренд-концепция, ее значение и составляющие. Алгоритм генерации имени бренда и критерии отбора. Применение ренейминга.
14. Тестирование рекламы. Использование методик претестинга и посттестинга в творческом процессе. Дизайнерская подготовка тестируемых материалов.

	15. Стереотип и стереотипизация в рекламе. 16. Креативная технология Disruption, ее концепты и применение в создании отечественной и зарубежной рекламы. 17. Художественно-образное мышление как профессиональное мышление рекламиста 18. Цели и задачи креативной деятельности 19. Пять составляемых креативности Энди Грина. «Пять I» 20. Креатив как творческий процесс 21. Виды УТП и их особенности 22. Основные этапы творческого процесса в создании рекламы 23. Творчество и основные элементы творческого процесса 24. Роль психических процессов в формировании рекламных образов 25. Ассоциации и архетипический символ в рекламе 26. Рекламный образ и приемы его создания 27. Драматургия в различных видах рекламы 28. Сценарий – основная форма драматургической организации рекламы 29. Тема, идея, проблема. Их сущность и содержание 30. Композиционное построение сценария различных рекламных форм 31. Авторский и сюжетный ход в рекламе 32. Особенности жанрового разнообразия в рекламе 33. Игра как творческая деятельность 34. Виды игр и игровые приемы в рекламе 35. Юмор в рекламе. Приемы создания смешного в рекламе 36. Метод мозговой атаки как метод активизации творческих идей 37. Креативные техники в рекламе 38. Этические основы рекламного творчества.
Б1.В.07 Правовое регулирование в сфере культуры	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: Устный опрос письменные индивидуальные задания, Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: устный опрос, письменные индивидуальные задания Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета, вид

итогового контроля – экзамен.
Тест для самопроверки знаний:

Тест предназначен для проверки остаточных знаний по дисциплине, для проведения внутренней независимой оценки качества освоения дисциплины. Время тестирования – 15–20 минут.

Тестовые задания (пример)

1. Выберите один правильный вариант ответа.

1. ОСНОВНЫМ ИСТОЧНИКОМ РОССИЙСКОГО ПРАВА ЯВЛЯЕТСЯ:

- 1.1. договор;
- 1.2. правовой обычай;
- 1.3. нормативный правовой акт;
- 1.4. судебный прецедент;
- 1.5. доктрина (юридическая наука).

2. Установите соответствие.

2.1. Отрасль
права

А. Часть отрасли права, регулирующая относительно самостоятельный блок однородных общественных отношений присущим ей методом правового регулирования.

2.2. Правовой
институт

Б. Часть системы права, представляющая собой совокупность правовых норм, регулирующих качественно однородную группу общественных отношений, с присущим ей особым методом правового регулирования.

2.3. Подотрасль права

В. Элемент отрасли права, включающий совокупность юридических норм, регулирующих качественно однородную группу общественных отношений.

3. Выберите один правильный вариант ответа.

СУБЪЕКТАМИ ПРАВООТНОШЕНИЙ МОГУТ БЫТЬ:

- 3.1. только люди;
- 3.2. только организации;

- 3.3. люди и организации;
- 3.4. люди, организации и публичные образования.

4. Выберите один правильный вариант ответа.

ПРАВОНАРУШЕНИЕ – ЭТО:

- 4.1. общественно-опасное (вредное) противоправное действие или бездействие;
- 4.2. любое нарушение права;
- 4.3. виновное общественно-опасное противоправное деяние.

5. Дополните.

Видами юридической ответственности являются: уголовная, административная, гражданско-правовая, _____ и _____.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

- 1. Понятия государственного и муниципального управления.
- 2. Способы государственного и муниципального управления культурой.
- 3. Понятие правового регулирования, его способы, методы, типы и стадии.
- 4. Сфера культуры как объект и предмет правового регулирования.
- 5. Полномочия федеральных органов государственной власти в области культуры.
- 6. Полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации в области культуры.
- 7. Полномочия органов местного самоуправления в области культуры.
- 8. Государственные программы сохранения и развития культуры в Российской Федерации.
- 9. Программы развития сферы культуры в Краснодарском крае.
- 10. Обязанности государства по обеспечению доступности для граждан культурной деятельности, культурных ценностей и благ.
- 11. Ежегодный государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации.
- 12. Международные акты и соглашения о правах и свободах человека в области культуры.
- 13. Конституция Российской Федерации о правах и обязанностях человека в сфере культуры.
- 14. Основы законодательства Российской Федерации о культуре 1992 г.: общая характеристика.
- 15. Указ Президента РФ «Об Основах государственной культурной политики» 2014 г.: общая характеристика.
- 16. Понятие и виды библиотек в России, их основные обязанности.

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">17. Право на библиотечную деятельность: понятие, субъекты.18. Права граждан в области библиотечного дела.19. Понятие и признаки объекта культурного наследия.20. Виды объектов культурного наследия.21. Категории объектов культурного наследия.22. Музейный фонд Российской Федерации как часть культурного наследия народов Российской Федерации.23. Государственная и негосударственная части Музейного фонда Российской Федерации, особенности их правового положения.24. Особенности гражданского оборота музейных предметов и музейных коллекций, включенных в состав Музейного фонда Российской Федерации.25. Обеспечение доступности Музейного фонда Российской Федерации.26. Музеи в Российской Федерации: цели создания, организационно-правовая форма, порядок учреждения, реорганизация, ликвидация, виды деятельности.27. Музеи-заповедники: понятие, особенности правового положения.28. Правовое регулирование отношений в области формирования обязательного экземпляра документов.29. Правовое регулирование отношений в сфере формирования, хранения, учета и использования архивов и архивных фондов.30. Правовое регулирование меценатской деятельности в Российской Федерации.31. Правовое регулирование положения творческих работников.32. Правовое регулирование вывоза и ввоза культурных ценностей в Российской Федерации.33. Правовое регулирование культурного сотрудничества России с соотечественниками за рубежом.34. Правовое регулирование архитектурной деятельности в Российской Федерации.35. Правовое регулирование развития циркового дела в Российской Федерации.36. Правовое регулирование развития театрального дела в Российской Федерации.37. Общие условия создания, реорганизации и ликвидации организаций культуры.38. Правовое регулирование развития образовательных программ в сфере культуры и искусства.39. Понятие и цели независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры.40. Критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры.41. Общественные советы по проведению независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры.42. Информационная открытость организаций культуры.43. Авторские права. Объекты авторских прав.44. Права, смежные с авторскими. Объекты смежных прав. |
|--|---|

45. Защита интеллектуальных прав. Юридическая ответственность за нарушение авторских прав.
46. Сущность конституционного права на информацию и его гарантии.
47. Правовые режимы информации.
48. Средства массовой информации и организация их деятельности.
49. Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Понятия государственного и муниципального управления.
2. Способы государственного и муниципального управления культурой.
3. Понятие правового регулирования, его способы, методы, типы и стадии.
4. Сфера культуры как объект и предмет правового регулирования.
5. Полномочия федеральных органов государственной власти в области культуры.
6. Полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации в области культуры.
7. Полномочия органов местного самоуправления в области культуры.
8. Государственные программы сохранения и развития культуры в Российской Федерации.
9. Программы развития сферы культуры в Свердловской области.
10. Обязанности государства по обеспечению доступности для граждан культурной деятельности, культурных ценностей и благ.
11. Ежегодный государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации.
12. Международные акты и соглашения о правах и свободах человека в области культуры.
13. Конституция Российской Федерации о правах и обязанностях человека в сфере культуры.
14. Основы законодательства Российской Федерации о культуре 1992 г.: общая характеристика.
15. Указ Президента РФ «Об Основах государственной культурной политики» 2014 г.: общая характеристика.
16. Понятие и виды библиотек в России, их основные обязанности.
17. Право на библиотечную деятельность: понятие, субъекты.
18. Права граждан в области библиотечного дела.
19. Понятие и признаки объекта культурного наследия.
20. Виды объектов культурного наследия.
21. Категории объектов культурного наследия.
22. Музейный фонд Российской Федерации как часть культурного наследия народов Российской Федерации.
23. Государственная и негосударственная части Музейного фонда Российской Федерации, особенности их правового положения.

24. Особенности гражданского оборота музейных предметов и музейных коллекций, включенных в состав Музейного фонда Российской Федерации.
25. Обеспечение доступности Музейного фонда Российской Федерации.
26. Музеи в Российской Федерации: цели создания, организационно-правовая форма, порядок учреждения, реорганизация, ликвидация, виды деятельности.
27. Музеи-заповедники: понятие, особенности правового положения.
28. Правовое регулирование отношений в области формирования обязательного экземпляра документов.
29. Правовое регулирование отношений в сфере формирования, хранения, учета и использования архивов и архивных фондов.
30. Правовое регулирование меценатской деятельности в Российской Федерации.
31. Правовое регулирование положения творческих работников.
32. Правовое регулирование вывоза и ввоза культурных ценностей в Российской Федерации.
33. Правовое регулирование культурного сотрудничества России с соотечественниками за рубежом.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятия государственного и муниципального управления.
2. Способы государственного и муниципального управления культурой.
3. Понятие правового регулирования, его способы, методы, типы и стадии.
4. Сфера культуры как объект и предмет правового регулирования.
5. Полномочия федеральных органов государственной власти в области культуры.
6. Полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации в области культуры.
7. Полномочия органов местного самоуправления в области культуры.
8. Государственные программы сохранения и развития культуры в Российской Федерации.
9. Программы развития сферы культуры в регионах.
10. Обязанности государства по обеспечению доступности для граждан культурной деятельности, культурных ценностей и благ.
11. Ежегодный государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации.
12. Международные акты и соглашения о правах и свободах человека в области культуры.
13. Конституция Российской Федерации о правах и обязанностях человека в сфере культуры.
14. Основы законодательства Российской Федерации о культуре 1992 г.: общая характеристика.
15. Указ Президента РФ «Об Основах государственной культурной политики» 2014 г.: общая характеристика.

Вопросы к экзамену по дисциплине:

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">1. Понятие и виды библиотек в России, их основные обязанности.2. Право на библиотечную деятельность: понятие, субъекты.3. Права граждан в области библиотечного дела.4. Понятие и признаки объекта культурного наследия.5. Виды объектов культурного наследия.6. Категории объектов культурного наследия.7. Музейный фонд Российской Федерации как часть культурного наследия народов Российской Федерации.8. Государственная и негосударственная части Музейного фонда Российской Федерации, особенности их правового положения.9. Особенности гражданского оборота музейных предметов и музейных коллекций, включенных в состав Музейного фонда Российской Федерации.10. Обеспечение доступности Музейного фонда Российской Федерации.11. Музеи в Российской Федерации: цели создания, организационно-правовая форма, порядок учреждения, реорганизация, ликвидация, виды деятельности.12. Музеи-заповедники: понятие, особенности правового положения.13. Правовое регулирование отношений в области формирования обязательного экземпляра документов.14. Правовое регулирование отношений в сфере формирования, хранения, учета и использования архивов и архивных фондов.15. Правовое регулирование меценатской деятельности в Российской Федерации.16. Правовое регулирование положения творческих работников.17. Правовое регулирование вывоза и ввоза культурных ценностей в Российской Федерации.18. Правовое регулирование культурного сотрудничества России с соотечественниками за рубежом.19. Правовое регулирование архитектурной деятельности в Российской Федерации.20. Правовое регулирование развития циркового дела в Российской Федерации.21. Правовое регулирование развития театрального дела в Российской Федерации.22. Общие условия создания, реорганизации и ликвидации организаций культуры.23. Правовое регулирование развития образовательных программ в сфере культуры и искусства.24. Понятие и цели независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры.25. Критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры.26. Общественные советы по проведению независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры.27. Информационная открытость организаций культуры. |
|--|--|

	28. Авторские права. Объекты авторских прав. 29. Права, смежные с авторскими. Объекты смежных прав. 30. Защита интеллектуальных прав. Юридическая ответственность за нарушение авторских прав. 31. Сущность конституционного права на информацию и его гарантии. 32. Правовые режимы информации. 33. Средства массовой информации и организация их деятельности. 34. Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями.
Б1.В.08 Краудфандинг и фандрайзинг	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля - экзамен. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> ЗАДАНИЕ 1 1. Почему современное социально ориентированное рыночное хозяйство - это синтез коммерческих и некоммерческих организаций? 2. В каких сферах экономики обычно действуют некоммерческие организации? 3. Какое место занимают некоммерческие организации в современной российской экономике? 4. Частные блага и услуги создаются посредством: а) рыночных отношений; б) нерыночных отношений; в) рыночных и нерыночных отношений. 5. Определите экономические признаки чисто общественных благ и услуг: а) неделимость; б) реализация по рыночным ценам; в) отсутствие «принципа исключения»; г) польза от потребления принадлежит только потребителю. 6. Почему создание частично общественных благ и услуг возлагается на некоммерческие организации? ЗАДАНИЕ 2

	1. Определите основные признаки некоммерческой организации: а) основная цель деятельности — получение прибыли; б) наличие юридического лица; в) распределение прибыли между участниками организации; г) ведение благотворительной деятельности; д) невозможность распределения прибыли между участниками; е) создается для реализации социальных, благотворительных, культурных и иных некоммерческих целей. 2. Определите, в каких организационно-правовых формах не может быть создана некоммерческая организация: а) общественная организация; б) производственный кооператив; в) фонд; г) акционерное общество; д) учреждение; е) государственное унитарное предприятие; ж) потребительский кооператив. 3. Чем потребительский кооператив отличается от других форм некоммерческих организаций? 4. С какой целью в рыночной экономике создаются ассоциации, союзы юридических лиц? а) получение прибыли; б) предоставление товаров и услуг всем членам общества независимо от их участия в ассоциации, союзе; в) реализация общественных интересов; г) удовлетворение потребностей участников ассоциаций, союзов. ЗАДАНИЕ 3 1. Какими признаками характеризуется труд работников некоммерческой организации? 2. Из каких элементов складывается основной капитал некоммерческих организаций? 3. Какова технологическая структура основных фондов некоммерческих организаций? 4. Укажите, какие причины стимулируют предпринимателей выбирать статус некоммерческой организации? 5. Что некоммерческая организация может иметь в собственности? 6. Является ли учреждение собственником имущества? 7. Сохраняет ли банк право собственности на компьютер, приобретенный и переданный благотворительному фонду? а) да, сохраняет; б) нет;
--	--

в) частично сохраняет.

ЗАДАНИЕ 4

1. Кто может быть учредителем некоммерческой организации.

2. Составьте пакет документов, необходимых для регистрации некоммерческой организации.

3. Будет ли благотворительный фонд считаться некоммерческой организацией, если в его уставе отсутствует слово «фонд»:

а) да, будет;

б) нет.

4. Некоммерческое партнерство может преобразоваться в:

а) общественную организацию;

б) фонд;

в) хозяйственное общество;

г) автономную некоммерческую организацию.

5. Некоммерческая организация, которая является собственником своего имущества, может быть преобразована в коммерческую организацию:

а) да, может;

б) нет;

в) да, может, если она создана в форме ассоциации (союза);

г) это возможно только для автономной некоммерческой организации.

6. Составьте схему ликвидации некоммерческой организации.

7. Некоммерческая организация может быть признана банкротом, если она создана в форме:

а) общественной организации;

б) автономной некоммерческой организации;

в) фонда;

г) учреждения;

д) потребительского кооператива.

8. Укажите порядок удовлетворения требований кредиторов в случае признания некоммерческой организации банкротом.

ЗАДАНИЕ 5

1. Сформулируйте основные цели деятельности следующих некоммерческих организаций: гимназии, медицинского центра, научной лаборатории, библиотеки, театра, газеты, ассоциации бухгалтеров.

2. Может ли некоммерческая организация предоставлять потребителям товары и услуги по рыночным ценам:

а) да, может;

	б) нет, она предоставляет товары и услуги потребителям только бесплатно; в) товары и услуги оказываются потребителям бесплатно или по льготным ценам. 3. Может ли у некоммерческой организации образовываться прибыль от ее основной (уставной) деятельности: а) да, может; б) нет; в) прибыль может образовываться только от предпринимательской деятельности. 4. Какие виды предпринимательской деятельности могут вести: а) общественные и религиозные организации; б) фонды; в) ассоциации и союзы. 5. Определите основные источники дохода: а) общественной организации; б) учреждения; в) фонда; г) некоммерческого партнерства. 6. Грант предоставляется благотворительным фондом некоммерческой организации на следующих условиях: а) возвратность; б) целевой характер использования; в) уплата процентов на предоставленную сумму средств; г) безвозвратность полученных средств; д) возможность направить денежные средства на ведение предпринимательской деятельности. 7. Какие из следующих видов затрат некоммерческой организации относятся к административно-хозяйственным расходам, связанным с выполнением основной уставной деятельности: а) заработная плата административно-хозяйственного персонала; б) амортизационные отчисления; в) покупка ценных бумаг; г) списание оборудования; д) доплата административно-хозяйственному персоналу за выполнение целевых программ; е) расходы на проведение обязательного аудита. 8. Составьте смету доходов и расходов некоммерческой организации.
--	---

ЗАДАНИЕ 6

1. Определите критерии, на основе которых некоммерческие организации подразделяются на рыночных и нерыночных производителей.

2. Какие выгоды имеют некоммерческие организации, занятые рыночным производством, по сравнению с аналогичными коммерческими организациями?

3. Каков механизм финансирования некоммерческих организаций, обслуживающих коммерческие предприятия?

4. Какие признаки свойственны некоммерческим организациям, контролируемым и в основном финансируемым правительством:

- а) должны быть самостоятельными юридическими лицами;
- б) являться подразделением правительственного учреждения;
- в) существовать независимо от правительства;
- г) могут не иметь юридического лица.

5. На каких условиях некоммерческие организации, обслуживающие домашние хозяйства, предоставляют товары и услуги:

- а) по рыночным ценам;
- б) бесплатно;
- в) по рыночным ценам, но с отсрочкой платежа;
- г) по льготным ценам.

6. Ради каких целей создаются некоммерческие организации ассоциациями лиц:

- а) предоставление услуг третьим лицам, которые не являются учредителями и участниками некоммерческой организации;
- б) обеспечение услугами самих участников;
- в) участие в выполнении государственных программ.

7. Некоммерческие организации, создаваемые для оказания помощи домашним хозяйствам, функционируют за счет следующих средств:

- а) добровольные пожертвования населения;
- б) целевые взносы предприятий;
- в) средства государства;
- г) гуманитарная помощь зарубежных благотворительных фондов и общественных организаций;
- д) все вышеназванные.

ЗАДАНИЕ 7

1. Сохраняют ли участники общественной организации (объединения) право собственности на членские взносы?

	а) да, они могут получить их обратно при выходе из организации; б) нет, не сохраняют; в) частично сохраняют. 2. В деятельности каких коммерческих организаций может участвовать фонд? а) хозяйственные общества; б) товарищества на вере; в) все предыдущее правильно. 3. Каков характер отношений собственности в образовательном учреждении? 4. Как поступают средства учредителей в образовательное учреждение? 5. В каких случаях целесообразно использовать форму некоммерческого партнерства: а) фондовая биржа, б) научная лаборатория, в) адвокатская коллегия, г) клиника, д) библиотека. 6. В каких случаях руководители некоммерческих организаций выбирают статус автономной некоммерческой организации? 7. Для каких целей создаются объединения коммерческих организаций? 8. Существуют ли ограничения в расходовании финансовых средств благотворительной организации, используемых на оплату труда административно-хозяйственного персонала? а) таких ограничений нет; б) нельзя использовать на оплату труда более 50% финансовых средств, расходуемых организацией за финансовый год; в) существуют иные ограничения. 9. Имеет ли право потребительский кооператив распределять прибыль, полученную от ведения предпринимательской деятельности, между его участниками? а) да, может; б) нет, как некоммерческой организации ему это запрещено. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i>
--	--

1. Определите подходы к определению понятия фандрайзинг.
2. Каковы основные задачи фандрайзинга?
3. Раскройте функции фандрайзинга.
4. Филантропия и филантропы.
5. Альтруизм и альтруисты.
6. Определите современное рыночное хозяйство как синтез коммерческих и некоммерческих организаций.
7. Раскройте формы некоммерческих организаций.
8. Правовые аспекты создания, реорганизации и ликвидации некоммерческих организаций.
9. Каковы основные источники финансирования некоммерческой деятельности?
10. Раскройте понятие «эндаумент»
11. Что представляет собой «мунис»?
12. Кто такие волонтеры?
13. Что представляет собой спонсорство, патронаж, благотворительность?
14. Каковы формы организационно-экономического сотрудничества бизнеса и социально-культурной сферы?
15. Раскройте структуру организационного обеспечения фандрайзинговой деятельности.
16. Что представляет собой «горячий» и «холодный» список?
17. Определите понятие «лифтовая речь»
18. Перечислите основные разновидности специальных мероприятий в фандрайзинге.
19. Что включает в себя бюджет фандрайзинговой кампании?
20. Что представляет собой «спонсорский пакет»?
21. Определите принцип неправомерности суммирования денежных величин, относящихся к разным периодам времени.
22. Что представляет собой процесс наращивания процентов?
23. Раскройте содержание процесса дисконтирования.
24. Перечислите и охарактеризуйте разновидности ресурсов социально-культурной сферы.
25. Каковы основные виды социального партнёрства?
26. Что представляет собой социотехническая система?

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Корпоративное волонтерство.
2. Спонсорство, благотворительность, патронаж

3. Организационное и техническое обеспечение фандрайзинга
4. Планирование фандрайзинговой кампании
5. Информационное обеспечение фандрайзинга
6. Виды и размеры возможных субсидий
7. Контакты с потенциальными донорами
8. Специальные мероприятия
9. Фандрайзинг по почте и по телефону
10. Спонсорство в Интернете
11. Анализ эффективности фандрайзинга
12. Ресурсы социально-культурной сферы и социальное партнерство
13. Доход некоммерческой организации и его структура
14. Состав расходов некоммерческой организации и его структура
15. Планирование доходов и расходов некоммерческой организации

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие «фандрайзинг», назначение и разновидности фандрайзинга
2. Современное рыночное хозяйство как синтез коммерческих и некоммерческих организаций
3. Объективная необходимость существования некоммерческих организаций
4. Виды экономических благ, их свойства
5. Основные признаки некоммерческой организации
6. Формы некоммерческих организаций
7. Экономические ресурсы и их виды, особенности использования в некоммерческих организациях
8. Отношения собственности, особенности их реализации в некоммерческих организациях
9. Некоммерческие организации в зависимости от формы собственности
10. Процесс создания некоммерческой организации
11. Реорганизация некоммерческой организации
12. Ликвидация некоммерческой организации
13. Основная и предпринимательская деятельность
14. Доход некоммерческой организации и его структура
15. Состав расходов некоммерческой организации и его структура
16. Планирование доходов и расходов некоммерческой организации
17. Рыночные некоммерческие организации
18. Некоммерческие организации, занятые нерыночным производством

19. Источники финансирования некоммерческой деятельности
20. Корпоративное волонтерство.
21. Спонсорство, благотворительность, патронаж
22. Организационное и техническое обеспечение фандрайзинга
23. Планирование фандрайзинговой кампании
24. Информационное обеспечение фандрайзинга
25. Виды и размеры возможных субсидий
26. Контакты с потенциальными донорами
27. Специальные мероприятия
28. Фандрайзинг по почте и по телефону
29. Спонсорский пакет
30. Спонсорство в Интернете
31. Анализ эффективности фандрайзинга
32. Ресурсы социально-культурной сферы и социальное партнерство

Вопросы к экзамену

1. Сущность, характеристика краудфандинга.
2. Состав и структура основных производственных и оборотных фондов организации (бизнес-плана).
3. Финансирование арт-бизнеса.
4. Проблемы финансирования арт-бизнеса.
5. Перспективы финансирования арт-объектов.
6. Учет фактора конкуренции на арт-рынке при планировании бизнеса.
7. Стратегия и финансовый план арт-бизнеса.
8. Краудфандинг в сфере культуры.
9. Народное финансирование в сфере культуры.
10. Привлеченные средства на проекты и программы в сфере культуры.
11. Отличительные особенности краудфандинга в различных странах..
12. Инвестиции: понятие, виды, источники.
13. Показатели эффективности привлечения инвестиций.
14. Определение величины собственных и заемных средств, необходимых для реализации бизнес-плана.
15. Спонсорство, благотворительность, патронаж.
16. Организационное и техническое обеспечение краудфандинга.

	17. Планирование краудфандинговой кампании. 18. Информационное обеспечение краудфандинга.
Б1.В.09 Арт-рынок современного искусства	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля - экзамен. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1.Объект и предмет изучения в рамках данного учебного курса. 2. Что вкладывается в понятие арт-рынок, «художественная ценность»? 3. Каковы взаимосвязи музея с рынком художественных ценностей. 4.Что понимают под первичным рынком художественных ценностей? 5. Какова роль музеев на первичном рынке? 6. Какой рынок наиболее значим для музеев и почему? 7.Специфика аукциона как формы художественного рынка. 8.Организация аукционов. 9. Роль галерей в торговле художественными ценностями. 10. Корпоративные выставки на рынке художественных ценностей. 11. Место антикварных салонов в системе рынка художественных ценностей. 12. Художники и коллекционеры на рынке художественных ценностей. 13.Характеристика факторов ценообразования, связанных с автором. 14.Другие факторы: провенанс (история происхождения, аукционная история, 15.Характеристика затратного, сравнительного и доходного подхода к оценке культурных ценностей. 16.В чем преимущества сравнительного подхода? 17.Особенности экспертизы антиквариата. 18.Какие сегменты рынка художественных ценностей регулируются федеральным законодательством? 19.Анализ основных законов. 20.Характеристика межотраслевого характера и публичности как особенностей правового режима культурных ценностей» 21.Общеправовые и специальные принципы регулирования оборота культурных

ценностей.

22.Предложения юристов о совершенствовании существующего законодательства.

23.Дилерские и страховые компании в России.

24.Общества экспертов и антикваров.

25.Институт музейной экспертизы.

Тематика докладов, сообщений и рефератов

1.История аукционного дома Christie's .

2.Аукционный дом Christie's на современном рынке художественных ценностей.

3.Русское искусство на мировом рынке.

4. Мировой арт- рынок и интересы России.

5.Арт-рынок США.

6. Арт-рынок Великобритании.

7. Художественный рынок Китая- общая характеристика.

8. Роль арт-рынка Китая в мировом художественном рынке.

9. Актуальный анализ основных трендов мирового арт-рынка

10. География арт-рынка.

Вопросы к зачету

1. Субъекты арт-рынка.

2.Что вкладывается в понятие арт-рынок, «художественная ценность»?

3. Каковы взаимосвязи музея с рынком художественных ценностей.

4.Что понимают под первичным рынком художественных ценностей?

5. Какова роль музеев на первичном рынке?

6. Какой рынок наиболее значим для музеев и почему?

7.Специфика аукциона как формы художественного рынка.

8.Организация аукционов.

9. Роль галерей в торговле художественными ценностями.

10. Корпоративные выставки на рынке художественных ценностей.

11. Место антикварных салонов в системе рынка художественных ценностей.

12. Художники и коллекционеры на рынке художественных ценностей.

13.Характеристика факторов ценообразования, связанных с автором.

14.Другие факторы: провенанс (история происхождения, аукционная история,

15.Характеристика затратного, сравнительного и доходного подхода к оценке

	культурных ценностей. <i>Вопросы к экзамену</i> 1. История аукционного дома Christie's . 2. Аукционный дом Christie's на современном рынке художественных ценностей. 3. Современное русское искусство на мировом рынке. 4. Мировой арт- рынок и интересы России. 5. Арт-рынок США. 6. Арт-рынок Великобритании. 7. Художественный рынок Китая- общая характеристика. 8. Роль арт-рынка Китая в мировом художественном рынке. 9. Актуальный анализ основных трендов мирового арт-рынка 10. География арт-рынка. 12. Основные тенденции развития арт-рынка в современной России. 13. Формы современного арт-бизнеса. 14. Нормативно-правовое регулирование арт-рынка. 15. Экспертные сообщества и арт-рынок современного искусства. 16. Развитие региональных арт-рынков. 17. Рынок современных арт-объектов как источник инновационных социокультурных практик. 18. Арт-критика и ее роль в развитии арт-рынка современного искусства. 19. Интернет-площадки арт-рынка современного искусства. 20. Интернет-продвижение современного искусства. 19. Интернет-коммерция в развитии арт-рынка современного искусства. 20. Арт-рынок. Сегментация и емкость рынка. 21. Стратегии поведения на арт-рынке. 22. Потребительская культура на арт-рынке современного искусства. 23. Понятие технологии сбыта в арт-индустрии. Сбытовая политика. 24. Виды стратегий сбыта на рынке современного искусства. 25. Каналы распределения, товародвижения и реализации и их определение как основное содержание сбытовой политики. 26. Особенности ценообразования в сфере арт-индустрии. Факторы, влияющие на ценообразование в арт-индустрии.
Б1.В.10 Визуальные объекты массового восприятия	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос,
- рефераты, доклады, сообщения.

Промежуточная аттестация по результатам семестра и итоговый контроль по дисциплине проходят в форме экзаменов в 6 и 7 семестрах..

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Визуальный объект массового восприятия и его свойства.
2. Искусство как средство коммуникации между стратами и как средство восходящей социальной мобильности.
3. Музейная и галерейная коммуникация.
4. Основные понятия музейной экспозиции.
5. Концепции деятельности музея, галереи, выставочного зала.
6. Принципы классификации музеев и галерей. Статус музея и организация его деятельности.
7. Современные тенденции развития музеев, галерей и выставочных локаций.
8. Социокультурная и художественная среда музея, галереи, экспоцентра.
9. Социокультурные функции музея, галереи, выставочного зала.
10. Спонсирование художественных проектов как рекламная и ПР-технология. Использование образов, мотивов, сюжетов «высокой культуры» - широкое распространение копий, сувениров, туризм к центрам мировой культуры, стилизация и эстетизация новых товаров, рекламы и т.д.
11. Стационарные и передвижные выставки.
12. Типология галерей.
13. Типология музеев.
14. Типы и виды музейных выставок.
15. Взаимодействие художника и зрителя.
16. Художественная среда
17. Частные галереи.
18. Частные музеи.
19. Экспозиционно – выставочная деятельность.
20. Авторские экспозиции.
21. Анализ социокультурной среды региона и определение целевой аудитории
22. Архитектурно - художественные функции построения экспозиции.
23. Аудио-фоно-визуальные средства.
24. Визуализация артефактов и арт-объектов

25. Визуальный характер экспонирования. Экспонируемые арт-объекты как знаки. Язык экспозиции.
26. Витрины, стенды, планшеты и т. п.
27. Галерея как институция.
28. Интернет как средство коммуникации музея или галереи.
29. Коммуникационная поддержка галереи.
30. Мультимедийность галерейного пространства и выставок как конкурентоспособность.
31. Организация научно-исследовательской работы в музее.
32. Основные типы выставок.
33. Основные типы экспозиции.
34. Передвижные музеи.
35. Подготовка выставки. Концепция выставки.
36. Понятие «фонды музея». Научная организация фондов. Научно-фондовая работа.
37. Понятие среды арт-объекта.
38. Понятие экспозиции. Экспозиция как особая, среда.
39. Предварительный мониторинг проекта. Практическая реализуемость
40. Принципы проектирования экспозиции.
41. Противопожарное и охранное оборудование.
42. Протокол работы экскурсовода.
43. Работа с критиками, СМИ и коллекционерами. Работа с посетителями.
44. Разработка архитектоники экспозиции. Визуальная среда экспозиции. Подготовка экспонатов.
45. Сайт как информационное и социокультурное пространство.
46. Способы экспонирования. Принципы проектирования экспозиции.
47. Стратегия деятельности галереи в современной России.
48. Сценарий открытия и проведения выставки.
49. Технология проектирования экспозиции.
50. Экспозиция как особая коммуникационная система.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Визуальный объект массового восприятия и его свойства.
2. Искусство как средство коммуникации между стратами и как средство восходящей социальной мобильности.
3. Музейная и галерейная коммуникация.
4. Основные понятия музейной экспозиции.
5. Концепции деятельности музея, галереи, выставочного зала.

6. Принципы классификации музеев и галерей. Статус музея и организация его деятельности.
7. Современные тенденции развития музеев, галерей и выставочных локаций.
8. Социокультурная и художественная среда музея, галереи, экспоцентра.
9. Социокультурные функции музея, галереи, выставочного зала.
10. Спонсирование художественных проектов как рекламная и ПР- технология. Использование образов, мотивов, сюжетов «высокой культуры» - широкое распространение копий, сувениров, туризм к центрам мировой культуры, стилизация и эстетизация новых товаров, рекламы и т.д.
11. Стационарные и передвижные выставки.
12. Типология галерей.
13. Типология музеев.
14. Типы и виды музейных выставок.
15. Взаимодействие художника и зрителя.
16. Художественная среда
17. Частные галереи.
18. Частные музеи.
19. Экспозиционно – выставочная деятельность.

Вопросы к экзамену по дисциплине (6 семестр)

1. Актуальность коллекционирования в современной России: региональная специфика.
2. Визуальный объект массового восприятия и его свойства.
3. Искусство как социально значимое знание. Музеи и галереи как учреждения культуры, транслирующие социокультурный опыт сообщества (в рамках морфологической модели культуры).
4. Искусство как средство коммуникации между стратами и как средство восходящей социальной мобильности.
5. Международная экспозиционно - выставочная деятельность.
6. Музейная и галерейная коммуникация.
7. Организация выставок, акций, перформансов, проектов, ярмарок как поиск и разработка собственной проблемы и траектории движения.
8. Основные понятия музейной экспозиции.
9. Понятие о концепции деятельности музея, галереи, выставочного зала.
10. Престижное потребление и приобретение предметов искусства элитой.
11. Престижность финансовых расходов на искусство.
12. Принципы классификации музеев и галерей. Статус музея и организация его деятельности.

- | | |
|--|---|
| | <p>13. Российские особенности экспонирования предметов искусства (запасники музеев).</p> <p>14. Современные тенденции развития музеев, галерей и выставочных локаций.</p> <p>15. Социокультурная и художественная среда.</p> <p>16. Социокультурные функции музея, галереи, выставочного зала.</p> <p>17. Спонсирование художественных проектов как рекламная и ПР- технология.</p> <p>18. Использование образов, мотивов, сюжетов «высокой культуры» - широкое распространение копий, сувениров, туризм к центрам мировой культуры, стилизация и эстетизация новых товаров, рекламы и т.д.</p> <p>19. Стационарные и передвижные выставки.</p> <p>20. Типология галерей.</p> <p>21. Типология музеев.</p> <p>22. Типы и виды музейных выставок.</p> <p>23. Формирование круга производителей художественных ценностей, критиков, потребителей, зрителей. Взаимодействие художника и зрителя.</p> <p>23. Художественная среда как круг взаимодействия людей и организаций, специализирующихся в сфере изобразительного искусства (включая музеи, выставочные залы, салоны, галереи и т.д.).</p> <p>24. Частные галереи.</p> <p>25. Частные музеи.</p> <p>26. Экспозиционно – выставочная деятельность.</p> <p>27. Авторские экспозиции.</p> <p>28. Анализ социокультурной среды региона и определение целевой аудитории</p> <p>29. Архитектурно - художественные функции построения экспозиции.</p> <p>30. Аудио-фоно-визуальные средства.</p> <p>31. Визуализация артефактов и арт-объектов</p> <p>32. Визуальный характер экспонирования. Экспонируемые арт-объекты как знаки. Язык экспозиции.</p> <p>33. Витрины, стенды, планшеты и т. д.</p> <p>34. Выставочная деятельность, как основной род деятельности галереи. Проблема оценки критериев качества, предлагаемого современной галереей.</p> <p>35. Галерея как институция.</p> <p>36. Долговременный и краткосрочный проект.</p> |
|--|---|

Вопросы к экзамену по дисциплине (7 семестр)

	1. Драматический метод экспонирования. 2. Изучение музейных арт-объектов. Комплектование фондов музея. Учет музейных фондов. Хранение музейных фондов. 3. Интернет как средство коммуникации. 4. Команда единомышленников как ресурс. Фонды: контакты, способы и формы взаимодействия. Формы продвижения проекта в Интернете. 5. Коммуникационная поддержка галереи. 6. Маршрут экспозиции. Указатели. 7. Музей как научно-исследовательское учреждение. Основные направления и виды научно-исследовательской работы в художественных музеях. 8. Музейная экскурсия. Основные требования к экскурсии. 9. Мультимедийность галерейного пространства и выставок как конкурентоспособность. 10. Организация научно-исследовательской работы в музее. 11. Осветительная аппаратура. 12. Основные типы выставок. 13. Основные типы экспозиции. 14. Передвижные музеи. 15. Подготовка выставки. Концепция выставки. 16. Понятие «фонды музея». Научная организация фондов. Научно-фондовая работа. 17. Понятие среды арт-объекта. 18. Понятие экспозиции. Экспозиция как особая, среда. 19. Предварительный мониторинг проекта. Практическая реализуемость 20. Принципы проектирования экспозиции. 21. Протокол работы экскурсовода. 22. Работа с критиками, СМИ и коллекционерами. Работа с посетителями. 23. Разработка архитектоники экспозиции. Визуальная среда экспозиции. Подготовка экспонатов. 24. Сайт как информационное и социокультурное пространство. 25. Собираательство как один из наиболее важных моментов в деятельности 26. Способы экспонирования. Принципы проектирования экспозиции. 27. Стратегия деятельности галереи в современной России. 28. Сценарий открытия и проведения выставки. 29. Техническое оснащение галереи. 30. Технология проектирования экспозиции. 31. Традиционная экспозиция как коллекция. 32. Формы культурно - образовательной деятельности.
--	--

	33. Экспозиционная деятельность галереи. Цели экспозиционной деятельности галереи. 34. Экспозиция как особая коммуникационная система.
Б1.В.ДВ.01.01 Психология рекламы	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. <i>Текущий контроль</i> успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. <i>Вид итогового контроля</i> по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта с оценкой. <i>Примеры тестовых заданий</i> 1. Расставьте основные психологические задачи рекламы по мере их выполнения в каждой конкретной рекламе: -внимание -интерес -желание -убеждение - действие 2. Является ли одной из функций рекламы функция введения в когнитивный диссонанс потребителей, использующих товар марки, отличной от рекламируемой: -да - нет 3.Более эффективна реклама товара, которая: - рекламирует конкретный товар, описывая его достоинства - подробно описывает характеристики рекламируемого товара - рекламирует функцию (выгоду от покупки товара), а не сам товар 4.Реклама считается более эффективной при условии воздействия на: - произвольное внимание - непроизвольное внимание 5 При применении ассоциаций по сходству в рекламе необходимо найти такой объект, который: - был бы похож на рекламируемый продукт - был бы привлекателен для покупателя (или наоборот, отталкивающий) - вызывал бы определенные ассоциации 6. Наиболее эффективно использовать в рекламе:

- все зависит от рекламируемого продукта
- рациональную мотивацию
- эмоциональную мотивацию

7. Основные психологические концепции рекламы (отметьте все существующие):

- мотивационная концепция
- психологическая концепция
- вербальная концепция
- психоаналитическая концепция
- социологическая концепция
- социально – психологическая концепция
- суггестивная концепция
- ассоциативная концепция

8. В рекламе «если Вы купите товар сейчас, то получите скидку!» используется защитный механизм:

- регрессия
- никакой защитный механизм не используется
- рационализация

9. В основе психоаналитического подхода лежит учение о бессознательном:

- да
- нет

Темы докладов, сообщений и рефератов

1. Роль психологических процессов в формировании рекламных образов.
2. Психотехнология рекламных средств без обратной связи.
3. Психология света, цвета и формы в рекламе.
4. Психотехнология стенда и его экспонатов.
5. Психология персонала стенда.
6. Психология рекламы участия.
7. Психология коммуникаций с посетителями.
8. Внушение и манипуляции в рекламе, сущность, характеристики, специфические черты, роль и место манипулятивных технологий в средствах массовой коммуникации.
9. Схема разворачивания манипулятивного воздействия. Психотехнологии внушения и манипуляций в рекламе: стереотипы, мифы, автоматизмы.
10. Рекламный о

11. браз и его составляющие.
12. Рекламный образ: функции и свойства.
13. Цветовой и световой компоненты рекламного образа.
14. Графика в рекламе (линии и форма, композиция, коммуникативное качество),
15. Вербальный компонент рекламного образа.
16. Звуковой компонент рекламного образа.
17. Алгоритм конструирования рекламного образа.
18. Креолизованный медиатор в рекламном образе.

Вопросы к зачету

1. Психологический анализ поведения покупателя
2. Основные элементы схемы рекламной коммуникации
3. Сущность рекламного обращения
4. Три типа реакции аудитории на рекламное обращение
5. Рациональные мотивы, используемые в рекламном обращении
6. Эмоциональные, нравственные и социальные мотивы рекламы
7. Условия эффективности рекламы
8. Психологический анализ рекламного воздействия
9. Психологические закономерности восприятия рекламы
10. Психологическая характеристика основных средств распространения рекламы
11. Критерии, используемые при анализе оптимальных средств распространения рекламы
12. Реклама в прессе
13. Характеристика носителей печатной и экранной рекламы
14. Реклама на радио и телевидении. Психологический анализ
15. Специфика «наружной» рекламы
16. Критерии выбора рекламного носителя
17. Субъекты рекламной деятельности. Психологическая характеристика.
18. Сущность и классификация рекламных кампаний
19. Теория мотивации и реклама
20. Психологическая характеристика стратегии рекламной кампании
21. Новые формы рекламной продукции: психологический анализ
22. Пути дальнейшего развития рекламной деятельности
23. Оценка эффективности использования рекламы

	24.. Методы оценки эффективности использования рекламной деятельности 25 Эмоциональный компонент рекламного воздействия 26. Поведенческий компонент рекламного воздействия 27. Когнитивный компонент рекламного воздействия 28. Основные психологические методы исследования рекламы
Б1.В.ДВ.01.02 Психология творчества	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. Вид итогового контроля по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта с оценкой. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1 Объект и предмет психологии творчества как науки. 2 Что такое интеллект человека? Методы исследования интеллекта человека 3 Понятие креативности. Методы исследования креативности человека 4 Проблема исследования интеллекта и креативности. 5 Роль ФАМ в процессе творчества. 6 Соотношение понятий дивергентное и конвергентное мышление. 7 Структура творческого процесса. 8 Роль наследственных факторов в развитии специальных способностей. 8 Роль образного мышления в творческом процессе. 9 Влияние мотивации на успешность деятельности человека. 10. Модели интеллекта. 11 Современные теории интеллекта. (по выбору). 12 Теория мотивации А. Маслоу. 13 Самоактуализация и творчество. 13 Черты творческой личности. 14 Методы активизации творческого мышления (по выбору). 15. роль творчества в профессиональной деятельности. 16 Идеи «инвестиционной» теории креативности. 17 Факторы, способствующие движению человека к успеху. 18. Стили мышления и их роль в организации профессиональной деятельности.

- 19 «Мозговой штурм» и его модификации.
- 20 ТРИЗ как направление развития творческих способностей.

Темы докладов, сообщений и рефератов

- 1. Что такое интеллект человека?
- 2. Методы исследования интеллекта человека
- 3. Понятие креативности. Методы исследования креативности человека
- 4. Проблема исследования интеллекта и креативности.
- 5. Роль ФАМ в процессе творчества.
- 6. Соотношение понятий дивергентное и конвергентное мышление.
- 7. Структура творческого процесса.
- 8. Роль наследственных факторов в развитии специальных способностей.
- 9. Роль образного мышления в творческом процессе.
- 10. Влияние мотивации на успешность деятельности человека.
- 11. Модели интеллекта.
- 12. Современные теории интеллекта. (по выбору).
- 13. Теория мотивации А. Маслоу.
- 14. Самоактуализация и творчество.
- 15. Черты творческой личности.
- 16. Методы активизации творческого мышления (по выбору).
- 17. роль творчества в профессиональной деятельности.
- 18. Идеи «инвестиционной» теории креативности.
- 19. Факторы, способствующие движению человека к успеху.
- 20. Стили мышления и их роль в организации профессиональной деятельности.
- 21. «Мозговой штурм» и его модификации.
- 22. ТРИЗ как направление развития творческих способностей.

Вопросы к зачету по дисциплине

- 1. Определение понятия «творчество». Определение креативности. Различие между понятиями «творчество» и «креативность»
- 2. Соотношение наследственности и влияния среды в развитии креативности (теория Scarr и McCartney).

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">3.«Наивная» и зрелая креативность.4.Теория креативности Р. Стернберга. Компоненты структуры креативности.5.Виды деятельности и творчество.6. Связь творчества с интеллектом и воображением.7.Типы личности в зависимости от соотношения уровня интеллекта и уровня креативности.8.Основные черты, свойственные творческой личности.9. Социальные факторы, блокирующие развитие индивидуального творческого потенциала.10. Понятие поисковой активности. Ее значение для творчества.11. Понятие обученной беспомощности. Факторы преодоления этого феномена.12. Структура психики.13. Фазы творческого процесса. Содержание каждой фазы, доминирующие уровни психики.14. Понятие инкубационного периода, его значение для процесса творчества.15. Инсайт. Внешние признаки инсайта.16. Метод мозгового штурма, его этапы.17.Метод ПМИ, его суть.18.Связующие алгоритмы Кровица как метод генерации идей.19. Трехстишия Хокку как метод формулирования идеи.20. Аналогии как творческий метод, прямая и личная аналогия.21.Основные процессы в Н.С., их роль в восприятии и обработке внешних сигналов.22.Подпороговые сигналы и их значение для творчества.23. Свойства нервной системы (подвижность, динамичность), влияющие актуализацию творческого потенциала.24.Благо и вред стереотипного мышления.25.Понятие межполушарной асимметрии. Развитие взаимодействия полушарий.26.Логическое и дивергентное мышление. Развитие дивергентного мышления.27.Эмоции, основные функции эмоций, формула эмоций (П.Симонов).28.Чувства, развитие чувств, связанных с процессом творчества.29.Понятие воли, ситуации, в которых необходима волевая регуляция.30.Значение воли в формировании потребности в нестандартной деятельности.31.Мотивирующий алгоритм постановки цели.32.Приемы развития фиксации нового в окружающей среде.33.Воображение, виды воображения. Творческое воображение, его направленность. |
|--|--|

	34. Приемы развития образного мышления. 35. Понятие репрезентативных систем. 36. Внешние признаки репрезентативных систем. 37. Понятие мыслительных стратегий.
Б1.В.ДВ.02.01 Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос, • эссе, рефераты, презентации. Форма промежуточного контроля по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля – экзамен. <i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i> 1. Форма и содержание рекламного продукта 2. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. 3. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта 4. Семиотика рекламы. 5. Творческий процесс разработки рекламного продукта 6. Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе. 7. Жанры рекламы. 8. Составление рекламных текстов. 9. Разработка стратегии рекламного текста 10. Копирайтинг и его основные понятия. 11. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста 12. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. 13. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы. 14. Художественное редактирование в рекламе. 15. Художественный креатив в создании рекламного обращения. 16. Визуальные средства рекламы. 17. Конструирование упаковки. 18. Разнообразие видов и форм рекламного

обращения.

19. Содержание потребительской рекламы и современного рекламного обращения.
20. Структура и композиция рекламного обращения.
21. Основные этапы и технологии процесса разработки рекламного обращения.
22. Творческая стратегия и ее реализация в рекламном продукте.
23. Художественное оформление рекламного обращения.
24. Язык бизнес-рекламы.
25. Разработка стратегии рекламной кампании и проекта
26. Разработка концепции рекламного обращения.
27. Разработка рекламы для прессы/газеты и журналы/.
28. Разработка печатной рекламы и макета
29. Разработка рекламы на радио и телевидении.
30. Разработка наружной и транзитной рекламы.
31. Разработка прямой почтовой рекламы
32. Разработка рекламы для выставок и ярмарок.
33. Взаимодействие современных технологий рекламы и РР
34. Копирайтинг и работа креативной команды.
35. Технологии художественного и компьютерного дизайна
36. Основы современной теории и практики фоторекламы.
37. Производство печатной рекламы. Вопросы эффективности.
38. Производство наружной рекламы. Вопросы эффективности.
39. Использование основ режиссуры и операторского искусства в создании рекламы.
40. Разработка сценария для телерекламы и вопросы эффективности.
41. Производство радиорекламы. Вопросы эффективности.
42. Производство рекламы для телевидения и кино-Вопросы -эффективности.
43. Разработка рекламы для Интернета
44. Стратегия -разработки комплекса средств для медиа-средств.
45. Контроль рекламных обращений. Оценка эффективности рекламной кампании.

Вопросы к зачёту по дисциплине

1. Приведите примеры объектов рекламного дизайна.

2. Что такое образ?
3. Как реализуются коммуникативные функции дизайна?
4. Как понять тезис «дизайн контролирует движение глаз зрителя»?
5. Почему эмоции зрителя при восприятии имеют первоочередное значение для разработки дизайна?
6. Какова роль позитивного и негативного пространства в дизайн-решении?
7. Почему особое значение имеет анализ визуальных предпочтений целевой аудитории? Как соотносятся предпочтения, ожидания целевой аудитории с выбором средств и приемов дизайна?
8. В чем заключается логика размещения текста и иллюстрации с учетом психологии восприятия зрителем?
9. От каких факторов зависит цветовое восприятие?
10. Раскройте значение упаковки как рекламно-маркетингового средства продвижения товара.
11. Как соотносится дизайн-концепция и рекламная концепция товара?
12. Что такое «мерчандайзинг»?
13. Как технологические особенности производства упаковки влияют на дизайн-решение проекта?
14. Назовите виды рекламных носителей.
15. Перечислите основные компоненты фирменного стиля и их классификацию.
16. Как имидж компании находит отражение в брендбуке?
17. Определите этапы разработки брендбука.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Факторы эффективности рекламных иллюстраций.
2. Использование основных групп шрифтов в рекламе.
3. Виды шрифтов и письменности как индикатора визуальной культуры рекламы.
4. Требования к художественному оформлению обращения.
5. Графические средства рекламы с текстовой информацией.
6. Виды изобразительных средств в рекламе.
7. Типы и виды визуально-зрелищных средств в рекламе.
8. Специфика предметной и декоративной рекламы.
9. Использование принципа «Золотого сечения в рекламе».
10. Создание рекламного плаката.
11. Форма рекламного обращения и стилевые решения.
12. Структуры рекламного обращения.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">14. Выразительные средства речи.15. «Заповеди» создания результативных рекламных текстов.16. Особенности речевого воздействия.17. Специфика рекламных обращений (на ТВ, радио, в печати).18. Этапы разработки компьютерного оригинал-макета для печатной рекламы.19. Виды радиорекламы и их содержание.20. Группировка слоганов по признакам и ключевые слова.21. Семиотика и стилистика рекламы.22. Группы творческих людей и инновационные стили в рекламе.23. Принципы разработки и производства рекламы на телевидении.24. Принципы разработки и производства рекламы на радио.25. Принципы разработки и производства наружной рекламы.26. Принципы разработки и производства газетной и журнальной рекламы.27. Средства рекламы и её формы.28. Составляющие рекламной стратегии.29. Концепция плана проектирования средств рекламы.30. Проект плана рекламной кампании.31. Разработка стратегии рекламного обращения.32. Основы языка дизайна в рекламе.33. Этапы работы дизайнера над рекламой.34. Базисные макеты набросков в художественном и компьютерном дизайне рекламы.35. Принципы дизайна печатной рекламы.36. Терминология разработки художественного и компьютерного дизайна в рекламе.37. Требования к тексту сценария.38. Теория и практика фоторекламы.39. Сценарное мастерство и дизайн в рекламе.40. Плюсы и минусы производственных схем.41. Производство печатной рекламы.42. Различия типографических шрифтов (принципы использования).43. Виды печати и её назначение.44. Этапы создания и производства телеролика.45. Монтажный период работы над телероликом.46. Требования к заголовкам и текстам наружной рекламы.47. Творческий потенциал специалиста по рекламе. |
|--|--|

	<i>Примерная тематика курсовых работ</i> Разработка бренд бука товара или услуги (выбранный товар или услугу студент согласовывает с научным руководителем)
Б1.В.ДВ.02.02 Разработка и технологии производства рекламного продукта	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос, • эссе, рефераты, презентации. Форма промежуточного контроля по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля – экзамен. <i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i> 1. Форма и содержание рекламного продукта 2. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. 3. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта 4. Семиотика рекламы. 5. Творческий процесс разработки рекламного продукта 6. Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе. 7. Жанры рекламы. 8. Составление рекламных текстов. 9. Разработка стратегии рекламного текста 10. Копирайтинг и его основные понятия. 11. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста 12. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. 13. Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы. 14. Художественное редактирование в рекламе. 15. Художественный креатив в создании рекламного обращения. 16. Визуальные средства рекламы. 17. Конструирование упаковки. 18. Разнообразие видов и форм рекламного обращения. 19. Содержание потребительской рекламы и современного рекламного обращения. 20. Структура и композиция рекламного обращения. 21. Основные этапы и технологии процесса разработки рекламного обращения.

22. Творческая стратегия и ее реализация в рекламном продукте.
23. Художественное оформление рекламного обращения.
24. Язык бизнес-рекламы.
25. Разработка стратегии рекламной кампании и проекта
26. Разработка концепции рекламного обращения.
27. Разработка рекламы для прессы/газеты и журналы/.
28. Разработка печатной рекламы и макета
29. Разработка рекламы на радио и телевидении.
30. Разработка наружной и транзитной рекламы.
31. Разработка прямой почтовой рекламы
32. Разработка рекламы для выставок и ярмарок.
33. Взаимодействие современных технологий рекламы и РР
34. Копирайтинг и работа креативной команды.
35. Технологии художественного и компьютерного дизайна
36. Основы современной теории и практики фоторекламы.
37. Производство печатной рекламы. Вопросы эффективности.
38. Производство наружной рекламы. Вопросы эффективности.
39. Использование основ режиссуры и операторского искусства в создании рекламы.
40. Разработка сценария для телерекламы и вопросы эффективности.
41. Производство радиорекламы. Вопросы эффективности.
42. Производство рекламы для телевидения и кино - вопросы эффективности.
43. Разработка рекламы для Интернета
44. Стратегия - разработки комплекса средств для медиа-средств.
45. Контроль рекламных обращений. Оценка эффективности рекламной кампании.

Вопросы к зачёту по дисциплине

1. Технологии рекламного обращения.
2. Функции рекламы.
3. Последовательность работы над рекламным обращением.
4. Разновидности этапов творческого рекламного процесса.
5. Рецепты работы над слоганом.
6. Понятие креатива в рекламе.
7. Научные креативные технологии в рекламе.
8. Научно-практические модели разработки рекламного обращения.
9. Основные мотивы адресата в рекламных обращениях.

10. Требования к эффективному рекламному обращению.
11. Выбор тона рекламного обращения.
12. Выбор вариантов стилевых решений в рекламном обращении.
13. Выбор цветового сочетания в рекламном обращении.
14. Композиция структуры обращения.
15. Требования к рекламному обращению.
16. Требования к рекламному тексту и слогану.
17. Характерные особенности использования иллюстраций в рекламе.
18. Творческое воплощение рекламного обращения.
19. Факторы успеха в процессе подготовки макета обращения.
20. Творческие методы привлечения внимания к рекламному обращению.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Факторы эффективности рекламных иллюстраций.
2. Использование основных групп шрифтов в рекламе.
3. Виды шрифтов и письменности как индикатора визуальной культуры рекламы.
4. Требования к художественному оформлению обращения.
5. Графические средства рекламы с текстовой информацией.
6. Виды изобразительных средств в рекламе.
7. Типы и виды визуально-зрелищных средств в рекламе.
8. Специфика предметной и декоративной рекламы.
9. Использование принципа «Золотого сечения в рекламе».
10. Создание рекламного плаката.
11. Форма рекламного обращения и стилевые решения.
12. Структуры рекламного обращения.
13. Выразительные средства речи.
14. «Заповеди» создания результативных рекламных текстов.
15. Особенности речевого воздействия.
16. Специфика рекламных обращений (на ТВ, радио, в печати).
17. Этапы разработки компьютерного оригинал-макета для печатной рекламы.
18. Виды радиорекламы и их содержание.
19. Группировка слоганов по признакам и ключевые слова.
20. Семиотика и стилистика рекламы.
21. Группы творческих людей и инновационные стили в рекламе.

	22. Принципы разработки и производства рекламы на телевидении. 23. Принципы разработки и производства рекламы на радио. 24. Принципы разработки и производства наружной рекламы. 25. Принципы разработки и производства газетной и журнальной рекламы. 26. Средства рекламы и её формы. 27. Составляющие рекламной стратегии. 28. Концепция плана проектирования средств рекламы. 29. Проект плана рекламной кампании. 30. Разработка стратегии рекламного обращения. 31. Фазы работы членов креативной группы над выработкой рекламной стратегии. 32. Основы языка дизайна в рекламе. 33. Этапы работы дизайнера над рекламой. 34. Базисные макеты набросков в художественном и компьютерном дизайне рекламы. 35. Принципы дизайна печатной рекламы. 36. Терминология разработки художественного и компьютерного дизайна в рекламе. 37. Требования к тексту сценария. 38. Теория и практика фоторекламы. 39. Сценарное мастерство и дизайн в рекламе. 40. Плюсы и минусы производственных схем. 41. Производство печатной рекламы. 42. Различия типографических шрифтов (принципы использования). 43. Виды печати и её назначение. 44. Этапы создания и производства телеролика. 45. Монтажный период работы над телероликом. 46. Производство радиорекламы. 47. Производство наружной рекламы. 48. Требования к заголовкам и текстам наружной рекламы. <i>Примерная тематика курсовых работ</i> Разработка бренд-бука товара или услуги (выбранный товар или услугу студент согласовывает с научным руководителем)
Б1.В.ДВ.04.01 Аудио-видеопроизводство коммуникационного	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

продукта	• устный опрос, • эссе, рефераты, презентации. Форма промежуточного контроля по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля – экзамен. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> Дать краткие определения данным понятиям; <table border="1" data-bbox="584 419 1856 1050"> <tr> <td> Аллюзия Вербальный текст Видеоклип Внутрикадровая музыка Драматургия Закадровая музыка Жанры кинематографа Жанры музыкальные Классификация видеоклипов Клипový монтаж Коллаж Кульминация Лейтмотив Лейтмотив-символ Медиа́текст Медиа́жанр Минимализм </td><td> Медиаобразование Монотематизм Монтаж Монтажный ритм Музыкальный логотип Музыкальный слоган Музыкальная разбивка Первичные жанры Видеоклип Система лейтмотивов Сонористика Стилизация Средства музыкальной выразительности Функции звука в рекламе Цитата Жанры рекламы </td></tr> </table> <i>Тематика эссе, рефератов, презентаций</i> 1. Специфика драматургии телевизионного рекламного ролика. 2. Идеино-тематическая основа драматургический фундамент любого рекламного 3. сюжета. 4. Понятие образно-смыслового хода сценария видеорекламы. 5. Последовательность работы над сценарием рекламного видеоролика (характеристика этапов). 7. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика. 8. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы. 9. Классическая музыка как объект цитирования в рекламе	Аллюзия Вербальный текст Видеоклип Внутрикадровая музыка Драматургия Закадровая музыка Жанры кинематографа Жанры музыкальные Классификация видеоклипов Клипový монтаж Коллаж Кульминация Лейтмотив Лейтмотив-символ Медиа́текст Медиа́жанр Минимализм	Медиаобразование Монотематизм Монтаж Монтажный ритм Музыкальный логотип Музыкальный слоган Музыкальная разбивка Первичные жанры Видеоклип Система лейтмотивов Сонористика Стилизация Средства музыкальной выразительности Функции звука в рекламе Цитата Жанры рекламы
Аллюзия Вербальный текст Видеоклип Внутрикадровая музыка Драматургия Закадровая музыка Жанры кинематографа Жанры музыкальные Классификация видеоклипов Клипový монтаж Коллаж Кульминация Лейтмотив Лейтмотив-символ Медиа́текст Медиа́жанр Минимализм	Медиаобразование Монотематизм Монтаж Монтажный ритм Музыкальный логотип Музыкальный слоган Музыкальная разбивка Первичные жанры Видеоклип Система лейтмотивов Сонористика Стилизация Средства музыкальной выразительности Функции звука в рекламе Цитата Жанры рекламы		

10. Джазовый пласт как объект цитирования в рекламе
11. Рок-музыка как объект цитирования в рекламе
12. Песенный пласт (фольклор, песни советских композиторов) как объект цитирования в рекламе
13. Музыка немого кинематографа
14. Жанры музыкальных передач: тематика, стилистика, форма
15. Соотношение музыкального и визуального рядов в структурировании видеоклипа
16. Взаимосвязь жанровой специфики музыкального материала с композиционной стороной в видеоклипе.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы, примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.

	3. Понятие технического монтажа (современные технологии). 4. Понятие ВТК (организация, состав, управление). 5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы. 6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика. 7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария 8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы, примерные расценки на производимые работы) 10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи). 11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания. 12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета. 13. Специфика рекламного сценария. 14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи. 15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»). 16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма. 17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства. 18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и возможности). 20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма. 21. Текст, медиатекст – определение понятий 22. Категории медиа 23. Функции музыки в медиатексте 24. Принципы сочетания музыки с видеорядом 25. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста 26. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа 27. Приемы музыкальной звукорежиссуры и их роль в создании рекламных аудио и видеороликов 28. Музыкальный слоган и логотип, их роль в рекламной теле и радиокоммуникации 29. Индивидуализированный музыкальный материал в теле и радиорекламе 30. Принципы классификации видеоклипа 31. Функции музыки в радио и телеэфире 32. Кульминации в медиатекстах: виды, местоположение в форме целого, роль музыки в их создании 33. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста 34. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа 35. Роль звука в рекламе
Б1.В.ДВ.04.02 Аудиовизуальные технологии	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

в арт-бизнесе и рекламе	Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • устный опрос, • эссе, рефераты, презентации. Форма промежуточного контроля по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля – экзамен. <i>Примеры тестовых заданий (ситуаций)</i> <i>Исключите лишнее в данном смысловом ряду:</i> 1. Монтажный лист 1) лист, на котором напечатаны прямоугольники в виде телеэкрана; 2) лист, содержащий полное и точное описание каждого кадра фильма от первого до последнего плана; 3) лист с режиссерской экспликацией рекламного ролика. 2. Конфликт 1) острое столкновение противостоящих друг другу интересов, сил, идей, характеров, исторических тенденций; 2) идейно-тематическая основа любого драматического действия; 3) сюжетное развитие сценария. 3. Композиция сценария 1) последовательность сюжета; 2) организация событийного действия и соответствующее расположение материала в развитии конфликтной ситуации; 3) общепринятый порядок построения режиссерско-сценарного замысла. 4. Выразительные средства режиссуры рекламного видеосюжета 1) мизансценирование, атмосфера, темпо-ритм, художественный монтаж; 2) слоган, дикторский текст; 3) новейшие цифровые технологии. 5. Идея 1) основной авторский замысел; 2) главная мысль, жизненный «урок», идейный вывод автора; 3) угол зрения художника, его способность видеть жизнь. 6. Событие 1) то, что перешло от одного поколения к другому;
-------------------------	---

- 2) краткое содержание сценария;
- 3) действенный факт, происходящий здесь, сейчас, на наших глазах.

7. Тема

- 1) круг жизненных явлений, отобранных и освещенных автором;
- 2) краткое содержание;
- 3) замечания автора текста.

8. Сценарно-режиссерский ход

1) оводность событий, раскрывающих ход действия;
предмет, основное содержание сценария;
образно-смысловой стержень, который пронизывает весь сценарий и цементирует в его логическом развитии.

9. Художественный монтаж

- 1) организация событийного действия;
- 2) подборка, соединение отдельных частей фильма в целое, единое произведение; 3) раскадровка видеоряда рекламного фильма.

Определите правильную последовательность

Порядок написания сценария рекламного видеосюжета:

- 1) образно-смысловой ход
- 2) тема
- 3) идея

Режиссерский сценарий:

- 4) редактирование
- 5) композиционное построение
- 6) утверждение
- 1) видеоряд
- 2) примечания
- 3) длительность кадра
- 4) номер кадра

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Специфика драматургии телевизионного рекламного ролика.

2. Идеино-тематическая основа драматургический фундамент любого рекламного
3. сюжета.
4. Понятие образно-смыслового хода сценария видеорекламы.
5. Последовательность работы над сценарием рекламного видеоролика
6. (характеристика этапов).
7. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
8. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
9. Классическая музыка как объект цитирования в рекламе
10. Джазовый пласт как объект цитирования в рекламе
11. Рок-музыка как объект цитирования в рекламе
12. Песенный пласт (фольклор, песни советских композиторов) как объект цитирования в рекламе
13. Музыка немого кинематографа
14. Жанры музыкальных передач: тематика, стилистика, форма
15. Соотношение музыкального и визуального рядов в структурировании видеоклипа
16. Взаимосвязь жанровой специфики музыкального материала с композиционной стороной в видеоклипе.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы, примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.

17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Понятие литературного и режиссерского сценариев рекламного видеоролика.
2. Специфика композиционного построения сценария видеорекламы.
3. Понятие технического монтажа (современные технологии).
4. Понятие ВТК (организация, состав, управление).
5. Функции и приемы художественного монтажа видеорекламы.
6. Выразительные средства режиссуры рекламного видеоролика.
7. Режиссерско-постановочная экспликация рекламного сценария
8. Составление сметы расходов производства рекламного видеоролика (разделы,
9. примерные расценки на производимые работы)
10. Специфика телевизионной рекламы (роль, цели и задачи).
11. Развитие визуальной рекламы в России-динамика содержания.
12. Понятие литературно-авторского замысла рекламного видеосюжета.
13. Специфика рекламного сценария.
14. Роль музыки и шумов аудиоряда в реализации рекламной идеи.
15. Пластическое решение кинокадра рекламного фильма («мизанкадр»).
16. Характеристика основных этапов производства рекламного фильма.
17. Аудиоряд рекламного фильма, выразительные средства.
18. Режиссерско-операторские планы рекламного видеоролика (характеристика и
19. возможности).
20. Современные компьютерные технологии производства рекламного фильма.
21. Текст, медиатекст – определение понятий
22. Категории медиа
23. Функции музыки в медиатексте
24. . Принципы сочетания музыки с видеорядом
25. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста
26. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа
27. Приемы музыкальной звукорежиссуры и их роль в создании рекламных аудио и видеороликов
28. Музыкальный слоган и логотип, их роль в рекламной теле и радиокommunikации
29. Индивидуализированный музыкальный материал в теле и радиорекламе

	30. Принципы классификации видеоклипа 31. Функции музыки в радио и телеэфире 32. Кульминации в медиатекстах: виды, местоположение в форме целого, роль музыки в их создании 33. Виды и этапы анализа звуковой составляющей медиатекста 34. Специфика использования музыки в жанрах кинематографа 35. Роль звука в рекламе
Б1.В.ДВ.05.01 Копирайтинг	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • устный опрос, • рефераты, доклады, сообщения. Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля дисциплины - экзамен. <i>Контрольные вопросы для проведения текущего контроля</i> 1. Аналитические исследования в копирайтинге. 2. Апеллирование как часть рекламных коммуникативных стратегий. 3. Аргументация для различных целевых аудиторий. 4. Архетипы и неотипы. 5. Бриф (креативная аннотация). 6. Виды вербального воздействия. 7. Виды рекламных аргументов и специфика их использования. 8. Выбор стиля рекламного текста в соответствии с брифом: повествовательный стиль; диалогический стиль; метафорический стиль; компаративный стил. 9. Выборы подхода к воздействию на потребителя: фатический подход, логико-ориентированный подход, эмоциональный подход. 10. Доказательные схемы рекламного тезиса. 11. Жанры и стили заголовков рекламного текста. 12. Инструментальное, символическое и фатическое использование языка. 13. Использование рамочных конструкций рекламного текста. 14. Использование языка в рекламе. 15. Классификация жанров рекламных текстов.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">16. Классификация заголовков рекламных текстов.17. Классификация стилей рекламных текстов.18. Классификация стилей рекламных текстов.19. Коммуникативная эффективность рекламных сообщений и ее структура.20. Коммуникативные стратегии рекламных текстов и маркетинговые цели рекламной кампании.21. Концепции творчества в рекламе.22. Контраргументация в рекламных текстах.23. Креативная стратегия.24. Креолизованные тексты в рекламе.25. Легендирование рекламного текста.26. Методология и методика анализа коммуникативной эффективности рекламного сообщения.27. Миф как способ организации восприятия реальности.28. Мифотехнологии в рекламе.29. Модели конструирования основного рекламного текста. Структура. Методика составления.30. Мотивы рекламных текстов.31. Общая характеристика основного рекламного текста Использование вербальных коммуникативных стратегий в основном рекламном тексте.32. Особенности подготовки рекламных текстов политической рекламы.33. Особенности подготовки текстов социальной рекламы.34. Особенности целевых аудиторий рекламного воздействия.35. Перевод потребностей в мотивационные рекламные структуры.36. Политическая реклама. Классификация политической рекламы.37. Политическая услуга и ее мультиатрибутивная модель.38. Понятие о концепциях апеллирования в рекламных текстах.39. Психологическая эффективность рекламного сообщения.40. Психологические, эмоциональные и социальные особенности воздействия рекламных текстов на потребителя.41. Рекламная стратегия.42. Рекламные техники коммуникационных стратегий.43. Речевая эффективность рекламного сообщения.44. «Риторические фигуры» мифотворчества в рекламе.45. Слоган (фирменный лозунг)46. Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория; предложение / позиционирование бренда; имидж бренда; интонация.47. Социальная реклама. Классификация социальной рекламы. |
|--|--|

48. Социальная эффективность рекламного сообщения.
49. Социальный, культурный и эмоциональный капитал в рекламе.
50. Специфика рекламных текстов для Интернет-рекламы.
51. Специфика рекламных текстов для наружной рекламы.
52. Специфика рекламных текстов для печатной рекламы.
53. Специфика рекламных текстов для радио.
54. Специфика рекламных текстов для телевидения.
55. Специфика рекламных текстов для транзитной рекламы.
56. Стили и структура подзаголовка.
57. Структура рекламного текста.
58. Творческая платформа в рекламе.
59. Творчество в копирайтинге.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Архетипы и неотипы.
2. Бриф (креативная аннотация).
3. Виды вербального воздействия.
4. Виды рекламных аргументов и специфика их использования.
5. Доказательные схемы рекламного тезиса.
6. Жанры и стили заголовков рекламного текста.
7. Инструментальное, символическое и фатическое использование языка.
8. Классификация жанров рекламных текстов.
9. Классификация заголовков рекламных текстов.
10. Классификация стилей рекламных текстов.
11. Коммуникативные стратегии рекламных текстов и маркетинговые цели рекламной кампании.
12. Концепции творчества в рекламе.
13. Креативная стратегия.
14. Креолизованные тексты в рекламе.
15. Легендирование рекламного текста.
16. Мифотехнологии в рекламе.
17. Модели конструирования основного рекламного текста. Структура. Методика составления.
18. Подготовка рекламных текстов политической рекламы.
19. Подготовка текстов социальной рекламы.

- 20.Профессиограмма копирайтера.
21. «Риторические фигуры» мифотворчества в рекламе.
- 22.Слоган (фирменный лозунг)
- 23.Социальная реклама. Классификация социальной рекламы.
24. Специфика рекламных текстов для различных медиа.
- 25.Стили подзаголовка.
- 26.Творчество в копирайтинге.
- 27.Тексты к рекламным иллюстрациям и визуальным элементам.
- 28.Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение.
- 29.Эхо-фраза.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Аналитические исследования в копирайтинге.
2. Бриф (креативная аннотация).
3. Виды вербального воздействия.
4. Выбор стиля рекламного текста в соответствии с брифом: повествовательный стиль; диалогический стиль; метафорический стиль; компаративный стил.
5. Выборы подхода к воздействию на потребителя: фатический подход, логико-ориентированный подход, эмоциональный подход.
6. Жанры и стили заголовков рекламного текста.
7. Инструментальное, символическое и фатическое использование языка.
8. Использование рамочных конструкций рекламного текста.
9. Использование языка в рекламе.
10. Классификация жанров рекламных текстов. 2.Выбор жанра рекламного текста в соответствии с брифом.
11. Классификация заголовков рекламных текстов.
12. Классификация стилей рекламных текстов.
13. Классификация стилей рекламных текстов.
14. Коммуникативные стратегии рекламных текстов и маркетинговые цели рекламной кампании.
15. Концепции творчества в рекламе.
16. Креативная стратегия.
17. Креолизованные тексты в рекламе.
18. Основная функция подзаголовка. Варианты подзаголовков. Местоположение подзаголовка.
19. Рекламная стратегия.

20. Слоган (фирменный лозунг)
21. Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория; предложение / позиционирование бренда; имидж бренда; интонация.
22. Социальный, культурный и эмоциональный капитал в рекламе.
23. Стили подзаголовка.
24. Структура подзаголовка
25. Структура рекламного текста.
26. Творческая платформа в рекламе.
27. Творчество в копирайтинге.
28. Тексты к рекламным иллюстрациям и визуальным элементам.
29. Терминология копирайтинга.
30. Типы рекламных текстов.
31. Уникальное торговое предложение. Концепция Ривза. Современные концепты.
32. Философия рекламы.
33. Функции заголовка рекламного текста.
34. Целевые установки заголовка рекламного текста.
35. Эхо-фраза.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Апеллирование как часть рекламных коммуникативных стратегий.
2. Аргументация для различных целевых аудиторий.
3. Архетипы и неотипы.
4. Виды рекламных аргументов и специфика их использования.
5. Доказательные схемы рекламного тезиса.
6. Коммуникативная эффективность рекламных сообщений и ее структура.
7. Креолизованные тексты рекламы.
8. Легендирование рекламного текста.
9. Методология и методика анализа коммуникативной эффективности рекламного сообщения.
10. Миф как способ организации восприятия реальности.
11. Мифотехнологии в рекламе.
12. Модели конструирования основного рекламного текста. Структура. Методика составления.
13. Мотивы рекламных текстов.
14. Общая характеристика основного рекламного текста Использование вербальных коммуникативных стратегий в основном рекламном тексте.

	15. Основные принципы стратегических, профессиональных подходов к составлению и использованию рекламных текстов. 16. Особенности подготовки рекламных текстов политической рекламы. 17. Особенности подготовки текстов социальной рекламы. 18. Особенности целевых аудиторий рекламного воздействия. 19. Перевод потребностей в мотивационные рекламные структуры. 20. Политическая реклама. Классификация политической рекламы. 21. Политическая услуга и ее мультиатрибутивная модель. 22. Понятие контраргументации в рекламе. Техника введения в текст контраргументов. 23. Понятие о концепциях апеллирования в рекламных текстах. 24. Профессиограмма копирайтера. 25. Процесс создания рекламного текста: от концепции рекламной кампании до размещения текста. 26. Психологическая эффективность рекламного сообщения. 27. Психологические, эмоциональные и социальные особенности воздействия рекламных текстов на потребителя. 28. Рекламное обращение как отражение стратегий учета потребностей человечества. 29. Рекламные техники коммуникационных стратегий. 30. Рекламный текст как коммуникативная единица. 31. Речевая эффективность рекламного сообщения. 32. «Риторические фигуры» мифотворчества в рекламе. 33. Сегментация и агрегирование российских потребительских целевых аудиторий. 34. Социальная реклама. Классификация социальной рекламы. 35. Социальная эффективность рекламного сообщения. 36. Специфика рекламных текстов для Интернет-рекламы. 37. Специфика рекламных текстов для наружной рекламы. 38. Специфика рекламных текстов для печатной рекламы. 39. Специфика рекламных текстов для радио. 40. Специфика рекламных текстов для телевидения. 41. Специфика рекламных текстов для транзитной рекламы. 42. Тропы и другие образительно – выразительные средства рекламных текстов. 43. Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение. 44. Эффективность рекламных кампаний и рекламных обращений. Виды эффективности.
Б1.В.ДВ.05.02 Креолизованные тексты	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- тестирование;
- устный опрос,
- рефераты, доклады, сообщения.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля дисциплины - экзамен.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Обычная структура рекламного сообщения: имя бренда, слоган, основной рекламный текстовый блок, справочные сведения в рекламе;
2. Соотношение заголовка, слогана и имени бренда в креолизованном рекламном тексте;
3. Связь слогана с основным рекламным блоком и иллюстративным материалом;
4. Приемы выявления основных ошибок в рекламном тексте;
5. Работа с подстрочниками к иллюстрациям;
6. Порождение и экспертиза имени бренда в рекламе;
7. Основные временные и проксемические параметры имени бренда;
8. Учет национальной специфики восприятия рекламного текста;
9. Фонетическое значение и способы его выявления;
10. УТП в слогане.

Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Модели влияния визуальных искусств;
2. Процессы активации поведения человека;
3. Эмоции и активация поведения человека;
4. Желания, потребности и когнитивный диссонанс;
9. Классическое обусловливание;
10. Оперативное обусловливание;
11. Визуальное кодирование;
12. Воспоминание и реконструкция;
13. Эффекты контекста;
14. Контекст в креолизованных текстах;
15. НЛП в креолизованных текстах
16. Специфика иллюстрирования в креолизованных текстах в визуальных искусствах;

17. Архетипы и неотипы;
 18. Использование архетипов и неотипов в визуальных искусствах;
 19. Эмоциональный капитал креолизованных текстов визуальных искусств;
 20. Ментальное проектирование в визуальных искусствах;
 21. Креатив в визуальных искусствах;
 22. Структурные элементы креолизованного текста в визуальных искусствах;
 23. Коммуникативно-предметное поле в креолизованном рекламном тексте;
 24. Мифодизайн креолизованных текстов в визуальных искусствах;
 25. Специфика креолизованных текстов телерекламы.
- 6.2.3.2. Тематика презентаций
1. Модели влияния визуальных искусств;
 2. Процессы активации поведения человека;
 3. Эмоции и активация поведения человека;
 4. Желания, потребности и когнитивный диссонанс;
 9. Классическое обусловливание;
 10. Оперативное обусловливание;
 11. Визуальное кодирование;
 12. Воспоминание и реконструкция;
 13. Эффекты контекста;
 14. Контекст в креолизованных текстах;
 15. НЛП в креолизованных текстах
 16. Специфика иллюстрирования в креолизованных текстах в визуальных искусствах;
 17. Архетипы и неотипы;
 18. Использование архетипов и неотипов в визуальных искусствах;
 19. Эмоциональный капитал креолизованных текстов визуальных искусств;
 20. Ментальное проектирование в визуальных искусствах;
 21. Креатив в визуальных искусствах;
 22. Структурные элементы креолизованного текста в визуальных искусствах;
 23. Коммуникативно-предметное поле в креолизованном рекламном тексте;
 24. Мифодизайн креолизованных текстов в визуальных искусствах;
 25. Специфика креолизованных текстов телерекламы.

Вопросы к зачету

1. Визуальное и абстрактное кодирование;

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">2. Глубина обработки визуальной информации, эффект «самореференции» и «генерирования»;3. Специфика декодирования;4. Воспоминание и узнавание;5. Забывание и эффект интерференции;6. Серийные эффекты кодирования: эффект начала и конца;7. Воспоминание и реконструкция;8. Эффекты контекста;9. Принципы создания эффекта контекста;10. Побуждение и эффекты контекста в рекламе и сфере потребления;11. Понятие НЛП;12. Гипнотические словесные шаблоны в рекламных текстах;13. Понятие Милтона-модели;14. Использование психологических надстроек в рекламном обращении;15. Фоносемантика рекламного текста;16. Специфика иллюстрирования в рекламном тексте;17. Рефлексы, аффекты, косвенная обработка информации;18. Эффекты скрытого воспоминания, эффект простого предъявления, подавление автоматически активированной информации;19. ИмPLICITные воспоминания, имPLICITные ассоциации;20. Подпороговое восприятие;21. Понятие архетипа, классификация архетипов;22. Понятия неотипа, классификация неотипов;23. Особенности использования архетипов и неотипов в рекламном творчестве;24. Использование сказочных мотивов и сюжетов в рекламном творчестве;25. Специфика употребления архетипов и неотипов для различной целевой аудитории;26. Понятие мифа и классификация мифов;27. Использование мифологем в рекламном творчестве;28. Типология мифов в современной рекламе;29. Различия индивидуального и массового восприятия;30. Психические процессы и психологическое воздействие;31. Ощущения, восприятие, внимание, память, эмоции, мышление, воображение;32. Эмоции: парадигма Шахтера-Зингера;33. Эмоции и когниции;34. Эмоциональные переживания и эмоциональный капитал;35. Основные концепции мотивации; |
|--|--|

36. Теория мотивов;
37. Иерархия потребностей по Абрахаму Маслоу;
38. Регулятивные, экспрессивные и социальные формы поведения;
39. О структуре мотивов;
40. Неосознанные мотивы;
41. Уровни вовлеченности и виды вовлеченности;
42. Ассиметрия при сравнении;
43. Зависимость от происхождения;
44. Ментальный подсчет;
45. Влияние несущественной информации;
46. Понятие рационального и эмоционального;
47. Классическое обусловливание;
48. Оперативное обусловливание.

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Ментальное проектирование в визуальных искусствах;
2. Особенности концептуализации телевизионной продукции;
3. Понятие креатива в визуальных искусствах;
4. Структура визуального изображения и креолизованные тексты;
5. Стратегии визуализации объектов в визуальных искусствах;
6. Использование тропов, аллюзий, метафор, фонетических и графических особенностей в креолизованных текстах визуальных искусств;
7. Шоковое визуальное воздействие и креолизованные тексты;
8. Понятие игровой модели;
9. Классификация игровых моделей;
10. Использование игровых моделей в креолизованном рекламном тексте;
11. Визуальная среда и креолизованные тексты;
12. Принципы визуального дизайна креолизованных текстов;
13. Принципы мифодизайна;
14. Фонетические и графические особенности креолизованных текстов;
15. Использование мифологической составляющей в рекламе;
16. Референтные группы потребителей и потребительская идентичность;
17. Ошибки атрибуции;
18. Эмпатия в креолизованных текстах в визуальных искусствах;

	19. Структура креолизованных рекламных сообщений; 20. Визуальный ряд в креолизованном тексте; 21. Вербальные и визуальные элементы креолизованного текста; 22. Разработка брифа и слогана; 23. Работа с иллюстративным рядом в креолизованном рекламном тексте; 24. Правила соотношения визуальных и вербальных элементов в креолизованном тексте; 25. Формы и особенности показа персонажей и объектов в кино и телевидении; 26. Синописис и монтаж в кино и телевидении; 27. Тизер в телерекламе; 28. Эвристика креативных решений в креолизованной рекламе; 29. Особенности креолизованной рекламы в Интернете; 30. Мифология в креолизованной рекламе; 31. Архетипы в креолизованной рекламе; 32. Неотипы в креолизованной рекламе; 33. Стереотипы в креолизованной рекламе; 34. Мифодизайн в креолизованной рекламе.																																											
Б1.В.ДВ.04.01 Общая физическая подготовка	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • рефераты, доклады, сообщения. Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля дисциплины - зачёт. Примерные контрольные тесты 1 курс <table><tr><th rowspan="2">№ п\п</th><th rowspan="2">ТЕСТЫ</th><th colspan="3">Оценка в баллах</th></tr><tr><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr><tr><td>1.</td><td>Бег 60 м. (сек.)</td><td>10,0</td><td>9,5</td><td>9,0</td></tr><tr><td>2.</td><td>Бег 3000 м. (мин., сек.)</td><td>16.30,0</td><td>16.00,0</td><td>15.30,0</td></tr><tr><td>3.</td><td>Наклон вперед (см.)</td><td>0</td><td>4</td><td>8</td></tr><tr><td>4.</td><td>Прыжки в длину с места (см.)</td><td>190</td><td>200</td><td>210</td></tr><tr><td>5.</td><td>Прыжки со скакалкой (кол-во раз)</td><td>100</td><td>110</td><td>120</td></tr><tr><td>6.</td><td>Подтягивание на перекладине (кол-во раз)</td><td>6</td><td>8</td><td>10</td></tr><tr><td>7.</td><td>Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)</td><td>20</td><td>22</td><td>24</td></tr></table>	№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах			3	4	5	1.	Бег 60 м. (сек.)	10,0	9,5	9,0	2.	Бег 3000 м. (мин., сек.)	16.30,0	16.00,0	15.30,0	3.	Наклон вперед (см.)	0	4	8	4.	Прыжки в длину с места (см.)	190	200	210	5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	100	110	120	6.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	6	8	10	7.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	20	22	24
№ п\п	ТЕСТЫ			Оценка в баллах																																								
		3	4	5																																								
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,0	9,5	9,0																																								
2.	Бег 3000 м. (мин., сек.)	16.30,0	16.00,0	15.30,0																																								
3.	Наклон вперед (см.)	0	4	8																																								
4.	Прыжки в длину с места (см.)	190	200	210																																								
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	100	110	120																																								
6.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	6	8	10																																								
7.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	20	22	24																																								

8.	Челночный бег (сек.)	7,8	7,6	7,4
9.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	8	9	10

2 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	9,8	9,3	8,8
2.	Бег 3000 м. (мин., сек.)	16.00,0	15.30,0	15.00,0
3.	Наклон вперед (см.)	2	6	10
4.	Прыжки в длину с места (см.)	195	205	215
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	110	120	130
6.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	8	10	12
7.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	22	24	26
8.	Челночный бег (сек.)	7,7	7,5	7,3
9.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	9	10	11

3 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	9,6	9,1	8,6
2.	Бег 3000 м. (мин., сек.)	15.30,0	15.00,0	14.30,0
3.	Наклон вперед (см.)	4	8	14
4.	Прыжки в длину с места (см.)	200	210	220
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	120	130	140
6.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	10	12	14
7.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	24	26	28
8.	Челночный бег (сек.)	7,6	7,4	7,2
9.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	10	11	12

1 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	11,0	10,5	10,0
2.	Бег 2000 м. (мин., сек.)	13.00,0	12.30,0	12.00,0
3.	Наклон вперед (см.)	4	8	12
4.	Прыжки в длину с места (см.)	140	150	160
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	100	110	120

6.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	8	10	12
7.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	16	19	22
8.	Челночный бег (сек.)	8,8	8,5	8,2
9.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	24	27	30

2 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,8	10,3	9,8
2.	Бег 2000 м. (мин., сек.)	12.30,0	12.00,0	11.30,0
3.	Наклон вперед (см.)	6	10	14
4.	Прыжки в длину с места (см.)	150	160	170
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	110	120	130
6.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	10	12	14
7.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	19	22	25
8.	Челночный бег (сек.)	8,7	8,4	8,1
9.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	27	30	33

3 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,6	10,1	9,6
2.	Бег 2000 м. (мин., сек.)	12.00,0	11.30,0	11.00,0
3.	Наклон вперед (см.)	8	12	16
4.	Прыжки в длину с места (см.)	160	170	180
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	120	130	140
6.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	12	14	16
7.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	22	25	28
8.	Челночный бег (сек.)	8,6	8,3	8,0
9.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	30	33	36

Нормативные требования для оценки специальной физической подготовленности по виду спорта основной группы

Легкая атлетика

Контрольные упражнения	юноши	девушки
------------------------	-------	---------

оценка	5	4	3	5	4	3
бег 100 метров (сек.)	14,3	14,8	15,3	17,3	17,8	18,8
бег 1000/500 метров (мин.)	3.30,0	3.45,0	4.00,0	2.10,0	2.25,0	2.40,0
Спортивная ходьба (1 км.)	Оценка техники			Оценка техники		
Прыжок в длину с разбега (см.)	420	400	380	320	300	280
Метание спорт. снаряда с разбега (м.)	35	32	29	24	21	18
Эстафетный бег	Оценка техники			Оценка техники		

Волейбол

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Верхняя (нижняя) подача (кол-во попаданий в поле из 5-ти попыток)	3	2	1	3	2	1
Передача мяча двумя руками снизу у стенки (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15
Передача мяча двумя руками сверху (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15

Баскетбол

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Ведение мяча правой (левой) рукой по дуге штрафного броска, после двух шагов – бросок (кол-во попаданий в кольцо из 3-х попыток)	3	2	1	3	2	1
Ведение мяча правой (левой) рукой (2 x 20 м., сек.)	11,6	12,0	12,4	12,7	13,1	13,5
Штрафной бросок (кол-во попаданий из 5 попыток)	4	3	2	4	3	2

*Примерные контрольные тесты
для оценки общей физической подготовленности студентов подготовительной группы
(мужчины)*

1 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,2	9,7	9,2
2.	Бег 3000 м. (мин., сек.)	16.45,0	16.15,0	15.45,0
3.	Наклон вперед (см.)	0	4	8
4.	Прыжки в длину с места (см.)	180	190	200
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	90	100	110
6.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	5	7	9
7.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	18	20	22
8.	Челночный бег (сек.)	7,9	7,7	7,6
9.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	7	8	9

2 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,0	9,5	9,0
2.	Бег 3000 м. (мин., сек.)	16.15,0	15.45,0	15.15,0
3.	Наклон вперед (см.)	2	6	10
4.	Прыжки в длину с места (см.)	185	195	205
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	100	110	120
6.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	7	9	11
7.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	20	22	24
8.	Челночный бег (сек.)	7,8	7,6	7,5
9.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	8	9	10

3 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	9,8	9,3	8,8
2.	Бег 3000 м. (мин., сек.)	15.45,0	15.15,0	14.45,0
3.	Наклон вперед (см.)	4	8	14
4.	Прыжки в длину с места (см.)	190	200	210
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	110	120	130
6.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	9	11	13
7.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	22	24	26
8.	Челночный бег (сек.)	7,7	7,5	7,4

9.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	9	10	11
----	------------------------------------	---	----	----

*Примерные контрольные тесты
для оценки физической подготовленности студентов подготовительной группы
(женщины)*

1 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	11,2	10,7	10,2
2.	Бег 2000 м. (мин., сек.)	13.15,0	12.45,0	12.15,0
3.	Наклон вперед (см.)	4	8	12
4.	Прыжки в длину с места (см.)	130	140	150
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	90	100	110
6.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	7	9	11
7.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	15	18	21
8.	Челночный бег (сек.)	8,8	8,6	8,4
9.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	23	26	29

2 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	11,0	10,5	10,0
2.	Бег 2000 м. (мин., сек.)	12.45,0	12.15,0	11.45,0
3.	Наклон вперед (см.)	6	10	14
4.	Прыжки в длину с места (см.)	140	150	160
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	100	110	120
6.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	9	11	13
7.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	18	21	24
8.	Челночный бег (сек.)	8,7	8,5	8,3
9.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	26	29	32

3 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 60 м. (сек.)	10,8	10,3	9,8
2.	Бег 2000 м. (мин., сек.)	12.15,0	11.45,0	11.15,0

3.	Наклон вперед (см.)	8	12	16
4.	Прыжки в длину с места (см.)	150	160	170
5.	Прыжки со скакалкой (кол-во раз)	110	120	130
6.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	11	13	15
7.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	21	24	27
8.	Челночный бег (сек.)	8,6	8,4	8,2
9.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	29	32	35

Нормативные требования для оценки специальной физической подготовленности по виду спорта подготовительной группы

Легкая атлетика

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
бег 100 метров (сек.)	14,5	15,0	15,5	17,5	18,0	19,0
бег 1000/500 метров (мин.)	3.40,0	3.50,0	4.00,0	2.20,0	2.30,0	2.40,0
Спортивная ходьба (1 км.)	Оценка техники			Оценка техники		
Прыжок в длину с разбег (см.)	410	390	370	310	290	270
Метание спорт. снаряда с разбега (м.)	33	30	27	22	19	16
Эстафетный бег	Оценка техники			Оценка техники		

Волейбол

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Верхняя (нижняя) подача (кол-во попаданий в поле из 5-ти попыток)	3	2	1	3	2	1
Передача мяча двумя руками снизу у стенки (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15
Передача мяча двумя руками сверху (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15

Баскетбол

Контрольные упражнения	юноши	девушки
------------------------	-------	---------

оценка	5	4	3	5	4	3
Ведение мяча правой (левой) рукой по дуге штрафного броска, после двух шагов - бросок. (кол-во попаданий в кольцо из 3-х попыток)	3	2	1	3	2	1
Ведение мяча правой (левой) рукой (2 x 20 м., сек.)	11,8	12,2	12,6	12,9	13,3	13,7
Штрафной бросок, (кол-во попаданий из 5 попыток)	4	3	2	4	3	2

*Примерные контрольные тесты
для оценки физической подготовленности студентов специальной группы
(мужчины)*

1 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 6 мин. (м.)	1000	1100	1200
2.	Наклон вперед (см.)	0	3	6
3.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	4	6	8
4.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	16	18	20
5.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	5	6	7

2 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 6 мин. (м.)	1050	1150	1250
2.	Наклон вперед (см.)	2	5	8
3.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	6	8	10
4.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	18	20	22
5.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	6	7	8

3 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 6 мин. (м.)	1100	1200	1300
2.	Наклон вперед (см.)	4	7	10

3.	Подтягивание на перекладине (кол-во раз)	8	10	12
4.	Сгибание и разгибание рук в упоре лёжа (кол-во раз)	20	22	24
5.	В висе поднимание ног (кол-во раз)	7	8	9

*Примерные контрольные тесты
для оценки физической подготовленности студентов специальной группы
(женщины)*

1 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 6 мин. (м.)	850	950	1050
2.	Наклон вперед (см.)	3	6	9
3.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	6	8	10
4.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	13	16	19
5.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	21	24	27

2 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 6 мин. (м.)	900	1000	1100
2.	Наклон вперед (см.)	5	8	11
3.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	8	10	12
4.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	16	19	22
5.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	24	27	29

3 курс

№ п\п	ТЕСТЫ	Оценка в баллах		
		3	4	5
1.	Бег 6 мин. (м.)	950	1050	1150
2.	Наклон вперед (см.)	7	10	13
3.	Подтягивание на низкой перекладине (кол-во раз)	10	12	14
4.	Прогибание из положения лёжа (кол-во раз)	19	22	25
5.	Поднимание туловища из положения лёжа (кол-во раз)	27	29	31

Нормативные требования для оценки специальной физической подготовленности по виду спорта специальной группы

Легкая атлетика

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Ходьба, 1 км.	14.30,0	15.00,0	16.00,0	16.80,0	17.00,0	18.00,0
Прыжки в длину с места (см.)	190	180	170	150	140	130
Эстафетный бег	Оценка техники			Оценка техники		

Волейбол

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Верхняя (нижняя) подача (кол-во попаданий в поле из 5-ти попыток)	3	2	1	3	2	1
Передача мяча двумя руками снизу у стенки (кол-во раз)	20	15	10	20	15	10
Передача мяча двумя руками сверху (кол-во раз)	20	15	10	20	15	10

Баскетбол

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Ведение мяча правой (левой) рукой по дуге штрафного броска, после двух шагов - бросок. (количество попаданий в кольцо из 3-х попыток)	3	2	1	3	2	1
Ведение мяча правой (левой) рукой (2 x 20 м., сек.)	Без учета времени					
Штрафной бросок, (кол-во попаданий из 5 попыток)	3	2	1	3	2	1

Примечание:

студенты выполняют те тесты, которые им доступны по состоянию здоровья, в соответствии с

рекомендациями врача.

Тематика рефератов (презентаций)

Студенты, освобожденные от практических занятий по медицинским показаниям, в каждом семестре выполняют письменные работы в форме рефератов. Данные работы подлежат публичной защите и оцениваются экспертами (ведущим преподавателем) по пятибалльной системе.

-

- ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ
- ДЛЯ СТУДЕНТОВ 1-ГО КУРСА

1. Лечебно-физическая культура при различных заболеваниях человека (по своему диагнозу).
 2. Физическая культура и спорт в режиме труда и отдыха студентов.
 3. Физическое воспитание в учебном процессе студентов.
 4. Физическая культура и спорт в сессионный период.
 5. Физическая культура и спорт в каникулярный период.
 6. Физическая культура и спорт для студенток в «критические» дни.
 7. Самостоятельные занятия студентов физическими упражнениями.
 8. Методы врачебного контроля в физическом воспитании.
 9. Прикладная физическая подготовка студентов (по своей специальности).
 10. Физическая и умственная работоспособности, как факторы успешного овладения профессией.
 11. Влияние занятий физической культурой на состояние здоровья студентов различных специальностей.
 12. Физическая культура в здоровом образе жизни студентов.
 13. Особенности физической культуры женщины.
 14. Гигиенические особенности физической культуры.
 15. Профилактика различных заболеваний средствами физической культуры (по своему диагнозу).
 16. История развития физической культуры и спорта.
 17. Воспитание физических качеств в процессе занятий физической культурой и спортом (на примере одного вида спорта).
 18. Особенности организации и проведения занятий по физической культуре.
 19. Медико-биологические проблемы физической культуры и спорта.
 20. Информатизация отрасли «Физическая культура и спорт» и экспертные технологии.
- ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ
 - ДЛЯ СТУДЕНТОВ 2-ГО КУРСА
1. Лечебно-физическая культура при различных заболеваниях студентов.

2. Использование технических средств (тренажеров) на занятиях физкультурой.
3. Физическая культура и спорт в здоровом образе жизни человека.
4. Проблемы повышения эффективности физического воспитания в культурно-производственной среде.
5. Особенности организации и проведения занятий по физической культуре и спорту среди различных возрастных групп.
6. Физическая культура и спорт для работников различных видов труда.
7. Сочетание физических и профессиональных нагрузок в деятельности человека.
8. Социально-экономические проблемы физической культуры и спорта.
9. Физическая культура и спорт в современной семье.
10. Самоконтроль физического и функционального состояния организма.
11. Развитие аэробных возможностей организма средствами физической культуры и спорта.
12. Влияние игровых видов спорта на развитие физических качеств.
13. Способы восстановления (повышения) работоспособности организма.
14. Проблемы адаптации организма человека к физическим нагрузкам.
15. Влияние экстремальных факторов внешней среды на состояние здоровья.
16. Физическая культура и геронтология.
17. Олимпийское воспитание студенческой молодежи.
18. Проблемы физкультурного образования студентов.
19. Двигательная активность как фактор саморегуляции организма.
20. Национальные игры как эффективное средство двигательной активности.
 - ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ
 - ДЛЯ СТУДЕНТОВ 3-ГО КУРСА
1. Методики регулирования массы тела при различной двигательной активности.
2. Основные методики закаливания в студенческом возрасте.
3. Индивидуальная программа физического самосовершенствования.
4. Физическое состояние и сексуальность.
5. Самооценка и анализ выполнения обязательных тестов общефизической подготовки за период обучения.
6. Формы и методы ведения личного дневника самоконтроля физкультурника.
7. Обоснование индивидуального выбора вида спорта или оздоровительной системы физических упражнений.
8. Общеразвивающие упражнения в физической подготовке студентов.
9. Основы обучения двигательным действиям в спорте.
10. Методические основы функциональной подготовки.

11. Формирование психических качеств средствами физической культуры.
12. Физическая культура женщины в предродовой и послеродовой периоды.
13. ППФП в избранной специальности.
14. Построение и структура индивидуального учебно-тренировочного плана занятия в мезоцикле.
15. Место физической культуры в научной организации труда.
16. Влияние двигательной активности на динамику возрастных изменений.
17. Применение технических средств в физическом воспитании.
18. Биологические основы физической культуры и спорта.
19. Актуальные проблемы спортивной медицины.
20. Психологическое воспитание средствами физической культуры и спорта.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для обеспечения самостоятельной работы разработаны:

- учебно-методическое обеспечение лекционных занятий;
- учебно-методическое обеспечение практических занятий;
- методические рекомендации к самостоятельной работе студентов.

Учебно-методическое обеспечение аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов, обучающихся по дисциплине представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

**Задание исследовательского типа
(индивидуальное творческое задание)**

В ходе изучения дисциплины обучающиеся, освобожденные от практических занятий по состоянию здоровья, обязаны выполнить индивидуальное задание (научно-исследовательская работа).

Этапы выполнения индивидуального задания:

1. На первом этапе, студент сообщает о теме, объекте, предмете будущего исследования. Индивидуальное задание обучающийся должен согласовывать с научным руководителем.

2. На втором этапе студент изучает научную, учебную и нормативную литературу по теме исследования, получает консультации от преподавателя (научного руководителя).
3. На третьем этапе обучающиеся студенты представляют результаты научных исследований (презентации, научные статьи и т. п.) и защищают их.

Методические указания по самостоятельной работе

Различный уровень знаний, здоровья и физической подготовленности обучающихся, многообразие их интересов предполагают дополнительно использовать разнообразные формы внеучебных самостоятельных и самодеятельных занятий физическими упражнениями, спортом и туризмом.

Практические внеучебные занятия проводятся в следующих формах:

-физические упражнения в режиме учебного дня: утренняя гигиеническая гимнастика, физкультурные паузы и др.;

-занятия в клубах и группах по интересам: любителей оздоровительной ходьбы и бега, плавания, атлетической и ритмической гимнастики, восточных единоборств и т.д.;

-самостоятельные занятия физическими упражнениями, спортом и туризмом по индивидуально составленным программам физического самосовершенствования, организуемые по собственной инициативе студентов в удобное время при консультации преподавателя;

-участие в массовых оздоровительных, физкультурных и спортивных мероприятиях, организуемых на факультете, в вузе, по месту жительства;

-занятия в спортивных секциях организуются с целью повышения спортивной квалификации тех студентов, для которых содержание, объём, и интенсивность учебно-тренировочной нагрузки в группах учебных отделений не могут обеспечить дальнейшего роста их спортивных результатов.

Рекомендуемый минимальный недельный двигательный объем занятий физическими упражнениями

(для студентов основной и подготовительной медицинских групп)

Упражнения	Объем
Мужчины:	
1. Утренняя гимнастика (мин.)	105-140
2. Оздоровительный бег (км) или ходьба (км)	8-12 10-15
3. Подтягивание на перекладине (кол-во раз) или сгибание рук в упоре лежа	70-85 120-140
3. Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (кол-во раз)	140-160
4. Из основной стойки наклоны туловища вперед с прямыми ногами (кол-во раз)	90-120
5. Ускоренная ходьба (км)	15-20
Женщины:	
1. Утренняя гимнастика (мин.)	105-140
2. Оздоровительный бег (км) или ходьба (км)	6-10 8-13
2. Прыжки на месте через скакалку (кол-во раз)	350
4. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа, высота опоры 50 см (кол-во раз) или подтягивание из виса лежа на низкой перекладине (110-120 см)	210-220 85-95
4. Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (кол-во раз)	100-120
5. Из основной стойки наклоны туловища вперед с прямыми ногами (кол-во раз)	90-120
6. Ускоренная ходьба (км)	10-15

Б1.В.ДВ.04.02 Спортивные игры	Программой дисциплины в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: • тестирование; • рефераты, доклады, сообщения. Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта, вид итогового контроля дисциплины - зачёт. Нормативные требования для оценки специальной физической подготовленности по виду спорта основной группы Волейбол <table><tr><th>Контрольные упражнения</th><th colspan="3">юноши</th><th colspan="3">девушки</th></tr><tr><td>оценка</td><td>5</td><td>4</td><td>3</td><td>5</td><td>4</td><td>3</td></tr><tr><td>Верхняя (нижняя) подача (кол-во попаданий в поле из 5-ти попыток)</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td></tr><tr><td>Передача мяча двумя руками снизу у стенки (кол-во раз)</td><td>25</td><td>20</td><td>15</td><td>25</td><td>20</td><td>15</td></tr><tr><td>Передача мяча двумя руками сверху (кол-во раз)</td><td>25</td><td>20</td><td>15</td><td>25</td><td>20</td><td>15</td></tr></table> Баскетбол (стритбол) <table><tr><th>Контрольные упражнения</th><th colspan="3">юноши</th><th colspan="3">девушки</th></tr><tr><td>оценка</td><td>5</td><td>4</td><td>3</td><td>5</td><td>4</td><td>3</td></tr><tr><td>Ведение мяча правой (левой) рукой по дуге штрафного броска, после двух шагов – бросок (кол-во попаданий в кольцо из 3-х попыток)</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td></tr><tr><td>Ведение мяча правой (левой) рукой (2 x 20 м., сек.)</td><td>11,6</td><td>12,0</td><td>12,4</td><td>12,7</td><td>13,1</td><td>13,5</td></tr><tr><td>Штрафной бросок (кол-во попаданий из 5 попыток)</td><td>4</td><td>3</td><td>2</td><td>4</td><td>3</td><td>2</td></tr></table> Футбол (мини-футбол)	Контрольные упражнения	юноши			девушки			оценка	5	4	3	5	4	3	Верхняя (нижняя) подача (кол-во попаданий в поле из 5-ти попыток)	3	2	1	3	2	1	Передача мяча двумя руками снизу у стенки (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15	Передача мяча двумя руками сверху (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15	Контрольные упражнения	юноши			девушки			оценка	5	4	3	5	4	3	Ведение мяча правой (левой) рукой по дуге штрафного броска, после двух шагов – бросок (кол-во попаданий в кольцо из 3-х попыток)	3	2	1	3	2	1	Ведение мяча правой (левой) рукой (2 x 20 м., сек.)	11,6	12,0	12,4	12,7	13,1	13,5	Штрафной бросок (кол-во попаданий из 5 попыток)	4	3	2	4	3	2
Контрольные упражнения	юноши			девушки																																																																			
оценка	5	4	3	5	4	3																																																																	
Верхняя (нижняя) подача (кол-во попаданий в поле из 5-ти попыток)	3	2	1	3	2	1																																																																	
Передача мяча двумя руками снизу у стенки (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15																																																																	
Передача мяча двумя руками сверху (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15																																																																	
Контрольные упражнения	юноши			девушки																																																																			
оценка	5	4	3	5	4	3																																																																	
Ведение мяча правой (левой) рукой по дуге штрафного броска, после двух шагов – бросок (кол-во попаданий в кольцо из 3-х попыток)	3	2	1	3	2	1																																																																	
Ведение мяча правой (левой) рукой (2 x 20 м., сек.)	11,6	12,0	12,4	12,7	13,1	13,5																																																																	
Штрафной бросок (кол-во попаданий из 5 попыток)	4	3	2	4	3	2																																																																	

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Жонглирование мячом ногами (кол-во раз)	14	12	10	10	8	6
Удары по мячу ногой на точность (кол-во попаданий из 5 попыток)	4	3	2	3	2	1
Ведение мяча с обводкой стоек (30 м., сек.)	9,0	9,5	100,0	10,0	10,5	11,0
Бросок мяча 2-мя руками из-за головы на дальность (м.)	20	17	14	16	13	10

Бадминтон

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Набивание (жонглирование) волана (кол-во раз)	20	18	16	20	18	16
Передвижение в четыре точки из центра площадки (приставным, скрестным и простым шагом), переноса воланы в каждый угол площадки (сек.)	15	18	21	17	20	23
Выполнение подачи (из 5 попыток, кол-во раз)	4	3	2	4	3	2

Нормативные требования для оценки специальной физической подготовленности по виду спорта подготовительной группы

Волейбол

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Верхняя (нижняя) подача (кол-во попаданий в поле из 5-ти попыток)	3	2	1	3	2	1
Передача мяча двумя руками снизу у стенки (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15
Передача мяча двумя руками сверху (кол-во раз)	25	20	15	25	20	15

Баскетбол (стритбол)

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Ведение мяча правой (левой) рукой по дуге штрафного броска, после двух шагов - бросок. (кол-во попаданий в кольцо из 3-х попыток)	3	2	1	3	2	1
Ведение мяча правой (левой) рукой (2 x 20 м., сек.)	11,8	12,2	12,6	12,9	13,3	13,7
Штрафной бросок, (кол-во попаданий из 5 попыток)	4	3	2	4	3	2

Футбол (мини-футбол)

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Жонглирование мячом ногами (кол-во раз)	12	10	8	8	6	4
Удары по мячу ногой на точность (кол-во попаданий из 5 попыток)	4	3	2	3	2	1
Ведение мяча с обводкой стоек (30 м., сек.)	10,0	10,5	11,0	11,0	11,5	12,0
Бросок мяча 2-мя руками из-за головы на дальность (м.)	18	15	12	14	11	9

Бадминтон

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Набивание (жонглирование) волана (кол-во раз)	18	16	14	18	16	14
Передвижение в четыре точки из центра площадки (приставным, скрестным и простым шагом), переноса воланы в каждый угол площадки (сек.)	17	20	23	19	22	25
Выполнение подачи (кол-во раз из 5 попыток)	4	3	2	4	3	2

**Нормативные требования для оценки специальной физической
подготовленности по виду спорта специальной группы**

Волейбол

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Верхняя (нижняя) подача (кол-во попаданий в поле из 5-ти попыток)	3	2	1	3	2	1
Передача мяча двумя руками снизу у стенки (кол-во раз)	20	15	10	20	15	10
Передача мяча двумя руками сверху (кол-во раз)	20	15	10	20	15	10

Баскетбол (стритбол)

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Ведение мяча правой (левой) рукой по дуге штрафного броска, после двух шагов - бросок. (количество попаданий в кольцо из 3-х попыток)	3	2	1	3	2	1
Ведение мяча правой (левой) рукой (2 x 20 м., сек.)	Без учета времени					
Штрафной бросок, (кол-во попаданий из 5 попыток)	3	2	1	3	2	1

Футбол (мини-футбол)

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Жонглирование мячом ногами (кол-во раз)	10	8	6	6	5	4
Удары по мячу ногой на точность (кол-во попаданий из 5 попыток)	3	2	1	3	2	1
Ведение мяча с обводкой стоек (30 м., сек.)	11,0	11,5	12,0	12,0	12,5	13,0
Бросок мяча 2-мя руками из-за головы на	16	13	10	12	9	7

дальность (м.)						
----------------	--	--	--	--	--	--

Бадминтон

Контрольные упражнения	юноши			девушки		
оценка	5	4	3	5	4	3
Набивание (жонглирование) волана (кол-во раз)	16	14	12	16	14	12
Передвижение в четыре точки из центра площадки (приставным, скрестным и простым шагом), переноса воланы в каждый угол площадки (сек.)	19	22	25	21	24	27
Выполнение подачи (кол-во раз из 5 попыток)	3	2	1	3	2	1

Примечание:

студенты выполняют те тесты, которые им доступны по состоянию здоровья, в соответствии с рекомендациями врача.

Тематика рефератов (презентаций)

Студенты, освобожденные от практических занятий по медицинским показаниям, в каждом семестре выполняют письменные работы в форме рефератов. Данные работы подлежат публичной защите и оцениваются экспертами (ведущим преподавателем) по пятибалльной системе.

Примерная тематика реферативных работ

Для студентов 1-го курса

21. Лечебно-физическая культура при различных заболеваниях человека (по своему диагнозу).
22. Физическая культура и спорт в режиме труда и отдыха студентов.
23. Физическое воспитание в учебном процессе студентов.
24. Физическая культура и спорт в сессионный период.
25. Физическая культура и спорт в каникулярный период.
26. Физическая культура и спорт для студенток в «критические» дни.
27. Самостоятельные занятия студентов физическими упражнениями.
28. Методы врачебного контроля в физическом воспитании.
29. Прикладная физическая подготовка студентов (по своей специальности).
30. Физическая и умственная работоспособности, как факторы успешного овладения профессией.

31. Влияние занятий физической культурой на состояние здоровья студентов различных специальностей.
32. Физическая культура в здоровом образе жизни студентов.
33. Особенности физической культуры женщины.
34. Гигиенические особенности физической культуры.
35. Профилактика различных заболеваний средствами физической культуры (по своему диагнозу).
36. История развития физической культуры и спорта.
37. Воспитание физических качеств в процессе занятий физической культурой и спортом (на примере одного вида спорта).
38. Особенности организации и проведения занятий по физической культуре.
39. Медико-биологические проблемы физической культуры и спорта.
40. Информатизация отрасли «Физическая культура и спорт» и экспертные технологии.

Примерная тематика реферативных работ

Для студентов 2-го курса

21. Лечебно-физическая культура при различных заболеваниях студентов.
22. Использование технических средств (тренажеров) на занятиях физкультурой.
23. Физическая культура и спорт в здоровом образе жизни человека.
24. Проблемы повышения эффективности физического воспитания в культурно-производственной среде.
25. Особенности организации и проведения занятий по физической культуре и спорту среди различных возрастных групп.
26. Физическая культура и спорт для работников различных видов труда.
27. Сочетание физических и профессиональных нагрузок в деятельности человека.
28. Социально-экономические проблемы физической культуры и спорта.
29. Физическая культура и спорт в современной семье.
30. Самоконтроль физического и функционального состояния организма.
31. Развитие аэробных возможностей организма средствами физической культуры и спорта.
32. Влияние игровых видов спорта на развитие физических качеств.
33. Способы восстановления (повышения) работоспособности организма.
34. Проблемы адаптации организма человека к физическим нагрузкам.
35. Влияние экстремальных факторов внешней среды на состояние здоровья.
36. Физическая культура и геронтология.
37. Олимпийское воспитание студенческой молодежи.
38. Проблемы физкультурного образования студентов.
39. Двигательная активность как фактор саморегуляции организма.

40. Национальные игры как эффективное средство двигательной активности.

Примерная тематика реферативных работ

Для студентов 3-го курса

1. Методики регулирования массы тела при различной двигательной активности.
2. Основные методики закаливания в студенческом возрасте.
3. Индивидуальная программа физического самосовершенствования.
4. Физическое состояние и сексуальность.
5. Самооценка и анализ выполнения обязательных тестов общефизической подготовки за период обучения.
6. Формы и методы ведения личного дневника самоконтроля физкультурника.
7. Обоснование индивидуального выбора вида спорта или оздоровительной системы физических упражнений.
8. Общеразвивающие упражнения в физической подготовке студентов.
9. Основы обучения двигательным действиям в спорте.
10. Методические основы функциональной подготовки.
11. Формирование психических качеств средствами физической культуры.
12. Физическая культура женщины в предродовой и послеродовой периоды.
13. ППФП в избранной специальности.
14. Построение и структура индивидуального учебно-тренировочного плана занятия в мезоцикле.
15. Место физической культуры в научной организации труда.
16. Влияние двигательной активности на динамику возрастных изменений.
17. Применение технических средств в физическом воспитании.
18. Биологические основы физической культуры и спорта.
19. Актуальные проблемы спортивной медицины.
20. Психологическое воспитание средствами физической культуры и спорта.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для обеспечения самостоятельной работы разработаны:

- учебно-методическое обеспечение лекционных занятий;
- учебно-методическое обеспечение практических занятий;
- методические рекомендации к самостоятельной работе студентов.

Учебно-методическое обеспечение аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов, обучающихся по дисциплине представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

**Задание исследовательского типа
(индивидуальное творческое задание)**

В ходе изучения дисциплины обучающиеся, освобожденные от практических занятий по состоянию здоровья, обязаны выполнить индивидуальное задание (научно-исследовательская работа).

Этапы выполнения индивидуального задания:

4. На первом этапе, студент сообщает о теме, объекте, предмете будущего исследования. Индивидуальное задание обучающийся должен согласовывать с научным руководителем.
5. На втором этапе студент изучает научную, учебную и нормативную литературу по теме исследования, получает консультации от преподавателя (научного руководителя).
6. На третьем этапе обучающиеся студенты представляют результаты научных исследований (презентации, научные статьи и т. п.) и защищают их.

Методические указания по самостоятельной работе

Различный уровень знаний, здоровья и физической подготовленности обучающихся, многообразие их интересов предполагают дополнительно использовать разнообразные формы внеучебных самостоятельных и самостоятельных занятий физическими упражнениями, спортом и туризмом.

Практические внеучебные занятия проводятся в следующих формах:

-физические упражнения в режиме учебного дня: утренняя гигиеническая гимнастика, физкультурные паузы и др.;

-занятия в клубах и группах по интересам: любителей оздоровительной ходьбы и бега, плавания, атлетической и ритмической гимнастики, восточных единоборств и т.д.;

-самостоятельные занятия физическими упражнениями, спортом и туризмом по индивидуально составленным программам физического самосовершенствования, организуемые по собственной инициативе студентов в удобное время при консультации преподавателя;

-участие в массовых оздоровительных, физкультурных и спортивных мероприятиях, организуемых на факультете, в вузе, по месту жительства;

-занятия в спортивных секциях организуются с целью повышения спортивной квалификации тех студентов, для которых содержание, объём, и интенсивность учебно-тренировочной нагрузки в группах учебных отделений не могут обеспечить дальнейшего роста их спортивных результатов.

Рекомендуемый минимальный недельный двигательный объем занятий физическими упражнениями

(для студентов основной и подготовительной медицинских групп)

Упражнения	Объем
Мужчины:	
1. Утренняя гимнастика (мин.)	105-140
2. Оздоровительный бег (км) или ходьба (км)	8-12 10-15
3. Подтягивание на перекладине (кол-во раз) или сгибание рук в упоре лежа	70-85 120-140
3. Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (кол-во раз)	140-160
4. Из основной стойки наклоны туловища вперед с прямыми ногами (кол-во раз)	90-120
5. Ускоренная ходьба (км)	15-20
Женщины:	
1. Утренняя гимнастика (мин.)	105-140
2. Оздоровительный бег (км)	6-10

	или ходьба (км)	8-13
	2. Прыжки на месте через скакалку (кол-во раз)	350
	4. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа, высота опоры 50 см (кол-во раз)	210-220
	или подтягивание из виса лежа на низкой перекладине (110-120 см)	85-95
	4. Поднимание туловища из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (кол-во раз)	100-120
	5. Из основной стойки наклоны туловища вперед с прямыми ногами (кол-во раз)	90-120
	6. Ускоренная ходьба (км)	10-15
Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	Программой практики в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль прохождения практики производится в следующих формах: проверка самостоятельной работы, индивидуальные консультации, собеседование. Промежуточная аттестация по результатам прохождению практики осуществляется на основании отчета обучающегося об ознакомительной практике и отзыва руководителя практики и дифференцированного зачета. Отчет об ознакомительной практике является отчетным документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального задания на прохождение практики, дневника практики обучающегося. Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики) <i>Подготовительный этап практики:</i> Распределение индивидуальных заданий для прохождения учебной ознакомительной практики; выделение процессов и технологий творческого проектирования и задач их научно-прикладного сопровождения в области арт-бизнеса и рекламы. <i>Основной этап практики:</i> Ознакомление с процессами и технологиями арт-бизнес проектирования и рекламного проектирования, знакомство с методологией и методикой их научно-прикладного сопровождения;	

	<i>Заключительный этап практики:</i> полное оформление документации по пройденной учебной ознакомительной практике и подготовка к презентации его результатов и защите. 5.1.2. Вопросы для собеседования (по этапам практики) <i>Подготовительный этап практики:</i> 1. Какие виды деятельности используются в процессах разработки и продвижения творческих продуктов в сфере арт-бизнеса и рекламы? 2. Какие процессы и технологии используются при разработке и продвижении творческого продукта в арт-бизнесе и рекламе? 3. Как определить проблему научного-прикладного сопровождения творческих разработок в сфере арт-бизнеса и рекламы ? 4. Какие критерии и технологии необходимо использовать при разработке и подготовке творческих продуктов в арт-бизнесе и рекламе? 5. Как адаптировать результаты осуществленных научно-прикладных исследований к целям и задачам разработки творческих проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы? <i>Основной этап практики:</i> 1. Какие виды работ используются в арт-бизнесе и рекламе при разработке и продвижении творческих проектов и продуктов? 2. Какие техники и методики используются при выполнении и продвижении творческого продукта в сфере арт-бизнеса и рекламы ? 3. Какие аналитические процедуры применяются при научно-прикладном сопровождении разработки и продвижении творческих продуктов в арт-бизнесе и рекламе? 4. Как оценить полученные результаты? <i>Заключительный этап практики:</i> 1. Какие результаты научного исследования сопровождения выполнения художественно-творческого продукта были получены? 2. Какие методологические подходы и методики были применены в проведенных научных исследованиях и почему? 3. Какие техники коммуникативного воздействия применены при творческого продукта ? 4. Какие компьютерные программы используются при создании творческого продукта ? 5. Какие коммуникативные эффекты ожидаются в результате реализации проекта? 6. Какие социальные эффекты ожидаются в результате реализации проекта?
Б2.О.02(П) Практика по получению	Программой практики в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль прохождения практики производится в следующих

профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	формах: проверка самостоятельной работы, индивидуальные консультации, собеседование. Промежуточная аттестация по результатам прохождения практики осуществляется на основании отчета обучающегося о производственной практике и отзыва руководителя практики и дифференцированного зачета. Отчет о производственной практике является отчетным документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального задания на прохождение практики, дневника практики обучающегося. <i>Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики)</i> <i>Подготовительный этап практики:</i> определение проблематики и видов и форм профессиональной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки. <i>Основной этап практики:</i> различные виды и формы профессиональной деятельности под руководством в соответствии с профилем профессиональной подготовки: - участие под руководством в процессах управления, производства и продвижения арт-продуктов и рекламных продуктов; - организация и проведение научно-прикладных разработок и исследований в целях обеспечения профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; <i>Заключительный этап практики:</i> полное оформление документации по производственной практике и подготовка к презентации его результатов и защите. <i>Вопросы для собеседования (по этапам практики)</i> <i>Подготовительный этап практики:</i> 1. Определение статуса и организационной структуры предприятия (организации) - базы практики. 2. Выделение основных процессов операционной деятельности предприятия (организации) - базы практики. 3. Описание результатов производственной деятельности и основных видов продукции предприятия (организации) - базы практики. <i>Основной этап практики:</i> 1. Описание юридической формы и статуса предприятия (организации) - базы практики 2. Описание структуры предприятия (организации) - базы практики и функций основных структурных подразделений ? 3. Какие производственные процессы используются в деятельности предприятия (организации) -
--	---

	базы практики? 4. Какие продукты/услуги производит предприятие (организации) - базы практики? 5. Какие научно-прикладные исследования применяются в производственной деятельности и в деятельности по продвижению продукции предприятия (организации) - базы практики? 6. Как оценить полученные результаты? <i>Заключительный этап практики:</i> 1. Подбор материала для выпускной квалификационной работы. 2. Подготовка отчетной документации по производственной практике. 3. Защита отчета по производственной практике на кафедре.
Б2.О.03(П) Педагогическая практика	Программой практики в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля. Текущий контроль прохождения практики производится в следующих формах: проверка самостоятельной работы, индивидуальные консультации, собеседование. Промежуточная аттестация по результатам прохождения практики осуществляется на основании отчета обучающегося о педагогической практике и отзыва руководителя практики и дифференцированного зачета. Отчет о педагогической практике является отчетным документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального задания на прохождение практики, дневника практики обучающегося. <i>Текущий контроль обучения и оценочные средства</i> <i>Текущий контроль</i> прохождения практики производится в следующих формах: собеседование, индивидуальные консультации, групповые дискуссии, проверка самостоятельной работы, презентация учебно-методических материалов <i>Оценочные средства для текущего контроля обучения</i> <i>Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики)</i> <i>Подготовительный этап практики:</i> определение проблематики и видов и форм учебно-методической документации <i>Основной этап практики:</i> - разработка учебно-методических материалов в области дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки; - проведение занятий с различными категориями слушателей в области дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки; <i>Заключительный этап практики:</i> полное оформление документации по производственной педагогической практике и подготовка к презентации его результатов и защите. <i>Вопросы для собеседования (по этапам практики)</i>

	<i>Подготовительный этап практики:</i> 1.Определение и анализ целевых аудиторий предоставления образовательных услуг в области дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки. 2. Виды и содержание учебно-методических материалов для обеспечения образовательной деятельности в рамках программы дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки; <i>Основной этап практики:</i> Подготовка текста рабочей программы и заданий для практических занятий в области дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки. Разработка инфографических и визуальных материалов для практических занятий в области дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки. Разработка тестовых заданий как форм контроля для практических занятий в области дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки. Используемые педагогические приемы и технологии. <i>Заключительный этап практики:</i> Подготовка отчетной документации по производственной педагогической практике. Защита отчета по производственной практике на кафедре.
Б2.О.04(П) Проектная практика	Программой практики в целях проверки уровня усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.Текущий контроль прохождения практики производится в следующих формах: проверка самостоятельной работы, индивидуальные консультации, собеседование. Промежуточная аттестация по результатам прохождению практики осуществляется на основании отчета обучающегося о проектной практике и отзыва руководителя практики и дифференцированного зачета. Отчет о проектной практике является отчетным документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального задания на прохождение практики, дневника практики обучающегося. К отчету прилагается разработанный в процессе практики арт-бизнес проект или рекламный проект <i>Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики)</i> <i>Подготовительный этап практики:</i> определение проблематики и видов и форм профессиональной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки. <i>Основной этап практики:</i> различные виды и формы профессиональной деятельности под руководством в соответствии с

	профилем профессиональной подготовки: - участие под руководством в процессах управления, производства и продвижения арт-продуктов и рекламных продуктов; - организация и проведение научно-прикладных разработок и исследований в целях обеспечения профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; <i>Заключительный этап практики:</i> полное оформление документации по производственной проектной практике и подготовка к презентации его результатов и защите. <i>Вопросы для собеседования (по этапам практики)</i> <i>Подготовительный этап практики:</i> 1. Определение статуса и организационной структуры предприятия (организации) - базы практики. 2. Выделение основных процессов операциональной деятельности предприятия (организации) - базы практики. 3. Описание результатов проектной деятельности и основных видов продукции предприятия (организации) - базы практики. <i>Основной этап практики:</i> 1. Описание юридической формы и статуса предприятия (организации) - базы практики 2. Описание структуры предприятия (организации) - базы практики и функций основных структурных подразделений ? 3. Какие производственные процессы используются в деятельности предприятия (организации) - базы практики? 4. Какие продукты/услуги производит предприятие (организации) - базы практики? 5. Какие научно-прикладные исследования применяются в производственной деятельности и в деятельности по продвижению продукции предприятия (организации) - базы практики? 6. Как оценить полученные результаты? <i>Заключительный этап практики:</i> 1. Подбор материала для выпускной квалификационной работы. 2. Подготовка отчетной документации по проектной практике. 3. Защита отчета по проектной практике на кафедре.
Б2.О.05(П) Преддипломная практика	<i>Текущий контроль обучения и оценочные средства</i> Текущий контроль прохождения практики производится в следующих формах: собеседование, индивидуальные консультации, групповые дискуссии, проверка самостоятельной работы, презентация

разделов ВКР или ВКР в проектной форме.

Оценочные средства для текущего контроля обучения

5.1.1. Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики)

Организационный этап практики:

1. Выбор темы выпускной квалификационной работы (ВКР) и составление индивидуального задания практиканта;

2. Составление графика прохождения практики.

Научно-эвристический этап практики:

1. Составление библиографического списка литературы и источников.

2. Разработка плана-графика работы над ВКР.

Научно-теоретический этап практики:

1. Изучение научной разработки проблемы по теме ВКР.

2. Анализ литературы по теме ВКР.

3. Выбор методологии и методов исследования по теме ВКР.

4. Подготовка первого варианта первой главы ВКР.

Научно-прикладной этап практики:

1. Сбор материала для прикладной части ВКР или разработки проекта.

2. Выбор методов анализа собранного материала.

3. Написание текста второй главы ВКР.

4. Оформление текста ВКР, введения и заключения.

Заключительный этап практики:

Подготовка и оформление отчетной документации по итогам практики; оформление ВКР и сдача ее на кафедру

Вопросы для собеседования (по этапам практики) – индивидуальные консультации научного руководителя; обсуждение предоставляемых по графику отчетности материалов ВКР на заседаниях кафедры.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по прохождению преддипломной практики осуществляется в форме зачета с оценкой на основании отчета обучающегося об учебной практике и отзыва руководителя практики.

Отчет о преддипломной практике наряду с представленным текстом ВКР является отчетным

	документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального плана практики, дневника практики обучающегося.

ИНДИКАТОРЫ

**по этапам формирования достижения компетенций ОПОП
направления 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
профиль – арт-бизнес и реклама (набор 2019 года)**

Компетенция	Хар-ка этапа формирования компетенции	Перечень дисциплин	Индикаторы		
			знает	умеет	владеет
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, - применять системный подход для решения поставленных задач	1 этап: аналитическая обработка информации на основе современных методологических подходов и концепций	Б1.О.03 Философия	- основные понятия и принципы философской методологии и логики для научного и практического применения	- применять принципы современной методологии для решения теоретических и практических задач	- опытом применения современной философской методологии, в том числе системной, для решения поставленных задач
	2 этап: осуществление научного поиска решения проблемы по профилю профессиональной подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- способы поиска и анализа научной информации	- ставить исследовательские цели и проводить отбор методов для их достижения	- опытом работы с научной информацией и применения системного подхода для ее обработки
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	1 этап: осознание актуальных задач профессиональной сферы, обусловленных государственной политикой	Б1.О.09. Предпринимательство и проектная деятельность	- современную методологию и технологию управления проектами	- определять цели проекта и разделять деятельность на отдельные взаимозависимые задачи	-методами менеджмента, маркетинга и проектного анализа, навыками оценки эффективности и рисков проекта
	2 этап: определение круга задач и оптимальных способов их решения в рамках профессиональной	Б1.О.10 Основы права	- основные нормативно-правовые документы в своей деятельности	- использовать нормативно правовые документы в своей деятельности	- опытом использования нормативно-правовых документов в своей деятельности
		Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и	- способы решения исследовательских задач	- отбирать ресурсы, необходимые для решения	- опытом решения задач в рамках научного

	специализации	защита выпускной квалификационной работы		научно-исследовательских задач	исследования по тематике ВКР с учетом принципов государственной культурной политики и действующих правовых норм
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1 этап: осознание сущности и осуществление социального взаимодействия в условиях профессиональной среды	Б1.О.06 Психология	- приемы работы в команде, способы распределения ответственности и нейтрализации конфликтов	- определять свою роль в командном взаимодействии, оценивать эффективность работы каждого члена коллектива и команды в целом	- опытом коллективного решения задач, создания команды и руководства ее деятельностью
	2 этап: реализация социального взаимодействия в научно-исследовательской деятельности по профилю подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- специфику социального взаимодействия в профессиональной деятельности	- реализовывать приемы социального взаимодействия при выполнении научного исследования в рамках ВКР	- опытом выполнения профессиональных функций и взаимодействия в команде при осуществлении научного исследования в рамках ВКР
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	1 этап: осуществление коммуникативного взаимодействия в контексте профессиональных отношений	Б1.О.01 Русский язык и культура речи	- основы культуры речи, нормы деловой письменной и устной речи, процессы организации эффективной речевой коммуникации	- практически на высоком уровне реализовывать правила диалогического общения	- опытом составления официальных документов
		Б1.О.02. Иностранный язык	- формы речевой коммуникации в бытовом и деловом общении на иностранных языках	- составлять монологические и диалогические высказывания с использованием профессионально-ориентированной лексики в социально и профессионально значимых сферах на иностранном	- опытом понимания и составления устных и письменных текстов бытовой и деловой коммуникации на иностранном языке

				языке	
	2 этап: осуществление деловой коммуникации в научно-исследовательской деятельности по профилю подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- особенности и приемы деловой коммуникации в профессиональной деятельности	- реализовывать деловую коммуникацию при подготовке и защите ВКР	- - опытом коммуника- тивного взаимодействия при осуществлении научного исследования в рамках ВКР и защите его результатов
УК-5. Способен вос- принимать меж- культурное разнообра- зие общества в социально- историческом, этическом и фило-софском контекстах	1 этап: осознание специфики межкуль- турного разнообразия	Б1.О.03. Философия	- основные парадигмы, концепции и теории, объясняющие культуро- генез и многообразие культурно-цивилизацион- ного процесса	- объяснять процессы культурной дифферен- циации и интеграции, межкультурного взаимо- действия с позиций толерантности	- навыками изучения, прогнозирования и объяснения культурных процессов глобально и в полиэтническом регионе, в частности
		Б1.О.04 История	- приоритетные цели и задачи, направления политического, социально- экономического, военного, культурного развития Российского государства на определенных этапах его существования	- участвовать в дискуссиях по историческим проблемам, формулировать собственную позицию по обсуждаемым вопросам, используя для аргументации исторические сведения	- опытом использования исторических знаний в практической подготовке к будущей профессиональной деятельности
	2 этап: отражение специфики межкуль- турного разнообразия при решении проблемы по профилю професси- ональной подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- специфику межкультурного разнообразия общества в историческом, этическом и философском контекстах	- делать научные выводы на основе учета межкультурного разнооб- разия в обществе	- опытом выявления факторов меж- культурного разнооб- разия общества при решении научной проблемы в рамках ВКР
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и	1 этап: владение приемами самоорга- низации, определения	Б1.О.11. - Основы самоорганизации личности в процессе	- специфику учебной и профессиональной деятельности, приемы	- организовывать собственную профессиональную	-опытом самоорганизации в процессе обучения и

реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	траектории профессионального саморазвития	обучения и профессиональной деятельности	самоорганизации и саморазвития в течение всей жизни	деятельность и общение, строить траектории профессионального саморазвития	определения ключевых задач профессионального саморазвития
	2 этап: обеспечение самоорганизации в научно-исследовательской деятельности и реализация траектории профессионального саморазвития через решение научной проблемы по профилю профессиональной подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- способы самоорганизации в научно-исследовательской деятельности	- проявлять самостоятельность в решении научной проблемы при подготовке и защите ВКР	-опытом проектирования траектории профессионального саморазвития при решении научной проблемы в рамках ВКР
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	1 этап: понимание значения и поддержка физической готовности к социальной и профессиональной деятельности	Б1.О.12 Физическая культура и спорт	- научно-биологические и практические - основы физической культуры, спортивной тренировки и здорового образа жизни - основы планирования самостоятельных занятий с учетом индивидуальных возможностей организма.	-определять индивидуальные режимы физической нагрузки, контролировать направленность ее воздействия на организм с разной целевой ориентацией	- опытом рациональной организации и проведения самостоятельных занятий в соответствии с индивидуальными возможностями организма - опытом применения средств оздоровления для самокоррекции здоровья и физического развития
		Б1.О.28.Элективные курсы по физической культуре и спорту	- теоретико-методические и организационные - основы физической культуры и спорта	- определять возможности различных средств, методов и методических приемов организации в обучении, развитии и	- двигательными умениями и навыками различных видов спорта и систем физических упражнений, определяющих психофизическую

				воспитании; - - применять адекватные средства и методы развития физических качеств	готовность к профессиональной деятельности
	2 этап: организация научно-исследовательской деятельности на принципах здоровьесбережения	Б1.О.28 Элективные курсы по физической культуре и спорту	- средства, методы и методические приемы организации физического воспитания с различной функциональной направленностью; - основы техники безопасности и профилактики травматизма на занятиях по физической культуре и спорту	- планировать содержание самостоятельных тренировочных занятий с соблюдением правил техники безопасности и профилактики травматизма	- опытом творческого применения физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей
		Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- методику планирования содержания самостоятельных занятий различной функциональной направленности с учетом индивидуальных возможностей организма.	- оценивать уровень физической подготовленности и функциональное состояние органов и систем организма.	- опытом укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования - ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизне-деятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	1 этап: понимание требований к безопасности и создание безопасных условий жизни и профессиональной деятельности	Б1.О.05 Безопасность жизнедеятельности	- теоретические, организационно-методические - основы обеспечения безопасности жизнедеятельности; - правовые, нормативно-технические и организационные - основы охраны труда и гражданской	- идентифицировать основные опасности среды обитания человека, в том числе источников ЧС, оценивать риск их реализации; - выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере	- навыками оценки уровней опасностей в системе «человек – среда обитания» с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды

			защиты	профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности	
	2 этап: обеспечение безопасных условий научно-исследовательской деятельности	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- основы культуры безопасности как фактора устойчивого развития общества; - общие закономерности опасностей и соответствующие методы и средства защиты личности, общества, государства	- правильно квалифицировать факты, события, обстоятельства, создающие угрозы безопасности жизнедеятельности с целью сохранения здоровья и жизни человека	- законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды; = - опытом выбора средств и методов обеспечения безопасных условий жизнедеятельности, а также методов прогнозирования чрезвычайных ситуаций
ОПК-1. Способен определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	1 этап: способность определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	Б1.О.21 Интегрированные коммуникации	- теорию и методологию концепции интегрированных коммуникаций, - базовые элементы интегрированных коммуникаций, типологию ИК-сообщений, инструменты интегрированных коммуникаций	- планировать интегрированные кампании в продвижении визуальных продуктов, разрабатывать стратегию коммуникативной политики организаций и компаний	- опытом применения навыков ИК-инструментов, построения интегрированных коммуникационных программ
	2 этап: способность определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с	Б1.О.23 Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе	- общую характеристику процессов сбора, передачи и накопления информации; - технические и программные средства и реализацию информационных процессов;	- использовать программные технические средства информационных систем в предметной области; - использовать информационно-поисковые средства локальных и глобальных	- опытом использования методиками анализа предметной области; - опытом применения методик идекомпозиции информационных систем на подсистемы;

	применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		- теорию информационных систем в предметной области; - информационные технологии в информационных системах в предметной области; - перспективы развития информационных технологий и информационных систем в предметной области, их взаимосвязь со смежными областями; - информационные системы в смежных предметных областях;	вычислительных и информационных сетей; -- использовать информационных технологий и знания общей информационной ситуации информационных ресурсов предметной области;	практическими навыками использования информационных технологий в различных информационных системах
		Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- принципы определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности; - процессов; - информационные технологии в информационных системах в предметной области; - принципы обеспечения информационной безопасности	- применять в профессиональной деятельности принципы определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	- опытом использования в профессиональной деятельности принципов определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

ОПК-2. Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности	1 этап: способность - использовать различные методологические подходы гуманитарных наук в выбранной области профессиональной деятельности	Б1.О.24 Исследования в арт-бизнесе и рекламе	- понятийный аппарат исследований в арт-бизнесе и рекламе; - методологию организации и проведения исследований в арт-бизнесе и рекламе; - основные методы анализа в арт-бизнесе и рекламе; - основные методы определения эффективности проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе; - основные формы и технологии представления результатов исследований в арт-бизнесе и рекламе.	- сделать обоснованный выбор качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; - разрабатывать и - применять основные инструменты для применения качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; - обрабатывать и анализировать результаты проведенного исследования в арт-бизнесе и рекламе; - подготовить отчет о результатах проведенного исследования в арт-бизнесе и рекламе	- навыками сбора информации с помощью качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; - основами социологического анализа; - основами анализа систем управления; - основами визуального анализа; - основами маркетингового анализа.
	2 этап: способность - применять различные методологические подходы и методики в научных исследованиях в арт-бизнесе и рекламе и публично представлять их результаты	Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы теории и практики проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; - основы методологии и методик гуманитарных наук	- применять - основы методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом применения основ методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- методологию и методы гуманитарных наук; - принципы участия в научных дискуссиях; - технологии публичного представления результатов	- применять в прикладных научных исследованиях в области арт-бизнеса и рекламы методологию и методы гуманитарных наук, принципы участия в научных дискуссиях, технологии публичного	- опытом применения методологии и методов гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы; - опытом использования принципов участия в

			научных исследований	представления результатов научных исследований	научных дискуссиях в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы; - технологии публичного представления результатов научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- основания выбора методологии и методики исследований в арт-бизнесе и рекламе; разработки, подготовки исследовательских проектов по изучению арт-бизнеса и рекламы; ведения дискуссии и участия в дискуссии; подготовки и проведения презентаций и отчетов по результатам проведенных исследований.	- применять инструменты методологического анализа и методы исследований и разработок проектов в области арт-бизнеса и рекламы	- опыт применения методологии и методики исследований в арт-бизнесе и рекламе; разработки, подготовки исследовательских проектов по изучению арт-бизнеса и рекламы; ведения дискуссии и участия в дискуссии; подготовки и проведения презентаций и отчетов по результатам проведенных исследований.
ОПК-3. Способен учитывать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности	1 этап: способность учитывать в профессиональной деятельности исторически сложившиеся традиции и стили в отечественной и зарубежной культуре и искусствах	Б1.О.25 История искусств	- основные закономерности исторического развития мировой художественной культуры	- определять эпохи, направления и стили в художественной культуре	- навыками формирования интереса к богатейшему культурному наследию
	2 этап: способность учитывать в процессе	Б1.О.14 История рекламы	- основные исторические этапы развития рекламы как социального института, -	-соотносить предъявленные рекламные материалы с опреде-	- методологией и методикой социально-исторического анализа

	профессиональной деятельности достижения отечественного и зарубежного культурного наследия и опыт развития арт-бизнеса и рекламы.		системообразующие характеристики рекламы в тот или иной исторический период;	ленным этапом развития в развитии института рекламы, культурой той или иной страны	рекламной коммуникации, рассматривая ее в широком социально-историческом контексте; культурой использования накопленного исторического опыта в профессиональной деятельности; - - опытом анализа историко-культурных генетических кодов в современных рекламных продуктах.
		Б1.О.26 Практика графического дизайна	- принципы и технологии графического дизайна в арт-проектировании и рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы	- применять в практике профессиональной деятельности принципов и технологий в арт-проектировании рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы	- опытом применения в практике профессиональной деятельности принципов и технологий в арт-проектировании рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- принципы использования в процессе профессиональной деятельности достижений отечественного и зарубежного культурного наследия и опыт развития арт-бизнеса и рекламы.	- - применять в практической профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы достижений отечественного и зарубежного культурного наследия и опыта развития арт-бизнеса и рекламы	- опытом использования в практической профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы достижений отечественного и зарубежного культурного наследия и опыта развития арт-бизнеса и рекламы

ОПК-4. Способен - принимать участие в образовательном процессе, используя разработанные методические материалы, различные системы и методы преподавания	1 этап: способность - принимать участие в образовательном процессе с использованием разработанных учебно-методических материалов	Б1.О.07 Педагогика	-содержание, закономерности, принципы и процедуры организации педагогического процесса, показатели его эффективности	- использовать методы и средства педагогического воздействия на личность обучающегося	- опытом педагогического взаимодействия с обучающимся в образовательном процессе
	2 этап: способность - принимать участие в образовательном процессе с применением разработанных методических материалов, различных методов и систем преподавания в сфере профиля профессиональной деятельности.	Б2.О.03(П) Педагогическая практика	- методологию и методику разработки методических материалов для системы дополнительного образования	- разрабатывать учебно-методические материалы для системы дополнительного образования	- опытом разработки учебно-методических материалов и проведения занятий в системе дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- методологию и методику использования в образовательном процессе в сфере профиля профессиональной подготовки основ педагогики и педагогических технологий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания	- принимать участие в образовательном процессе в сфере профиля профессиональной подготовки с применением знаний основ педагогики и педагогических технологий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания	- опытом участия в образовательном процессе в сфере профиля профессиональной подготовки педагогических технологий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- теорию и практику использования в образовательном процессе в сфере профиля профессиональной подготовки основ педагогики и педагогических технологий	- участвовать в образовательном процессе в сфере профиля профессиональной подготовки с применением разработанных методических материалов, различных	- - опытом участия в образовательном процессе с применением разработанных методических материалов, различных методов и систем преподавания в

			с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания	методов и систем преподавания в сфере профиля профессиональной деятельности	сфере профиля профессиональной деятельности.
ОПК-5. Способен - использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	1 этап: способность - использовать в познавательной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных и экономических наук.	Б1.О.16 Экономическая теория	общие положения экономической теории (микро- макро экономики и мировой экономики); основные микро- и макроэкономические категории и показатели;	находить и анализировать информацию, особенно в проблемах эффективного спроса, занятости, финансового регулирования, интеграции национальной экономики в общемировое хозяйство, мирохозяйственные связи; применять основы экономических знаний в различных сферах деятельности;	методами анализа социально-экономических явлений и процессов;
		Б2.О.01(У)Ознакомительная практика	- основы теоретических и практических знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	- использовать в практической познавательной деятельности в профессиональной сфере базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	- опытом применения в практической познавательной профессиональной сфере базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук

	2 этап: способность - использовать в познавательной и профессиональной деятельности в арт-бизнесе и рекламе базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	Б1.О.14 История рекламы	- основы истории рекламы	- применять в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области истории рекламы	- - опытом применения в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области истории рекламы
		Б1.О.17 Фотография	- основы теории и практики фотографии	- - применять в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области теории и практики фотографии	- - - опытом применения в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области теории и практики фотографии
		Б1.О.18 Теория и практика арт-бизнеса и рекламы	- теоретические - основы арт-бизнеса и рекламы, экономические механизмы, технологию, регулирование арт-бизнес сферы и реклам-ной деятельности; - методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности арт-бизнес предприятий и рекламных кампаний.	- выстраивать стратегию с учетом современных достижений в сфере арт-бизнеса и рекламы - оптимизировать расходы как при выборе и реализации различных стратегий развития арт-бизнеса и рекламы	- опытом взаимодействия в группе в ходе постановки целей и задач, определения актуальных проблем и способов их решений в сфере арт-бизнеса и рекламы; в разработке концепции и проектировании рекламного продукта и планировании рекламных кампаний с использованием базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук
		Б1.О.20 Экономика организаций малого	- теоретические, методологические и законодательные основы	- рассчитывать экономические показатели деятельности организации	навыками оценки эффективности и результативности

		бизнеса	предпринимательской деятельности; цели, методы и инструменты экономического анализа деятельности организации малого бизнеса; специфику деятельности организаций малого бизнеса в социально-культурной сфере.	малого бизнеса; обосновывать предпринимательскую идею, составлять бизнес-план для организации малого бизнеса	деятельности организации малого бизнеса
		Б1.О.22 Менеджмент и маркетинг арт-бизнеса и рекламы	- основные концепции менеджмента и маркетинга; - содержание основных принципов организации систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки; - содержание основных принципов организации маркетинговой деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки; - основные технологии менеджмента в сфере профиля профессиональной подготовки; - основные технологии маркетинга в сфере профиля профессиональной подготовки;	- анализировать во взаимосвязи явления и процессы управления на микро- и макроуровне; - использовать источники экономической, социальной, управленческой информации; - выявлять и анализировать проблемы организации и эффективности систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки; - выявлять проблемы маркетингового характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения; - анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследо-	- основами методологии и основными методами анализа систем управления и систем маркетинговой деятельности; - принципами и методами создания и развития систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки; - методами разработки маркетинговых программ и маркетинговой политики; - методикой сегментации целевых рынков и выработки коммуникационной политики в отношении целевых аудиторий; - методикой оценки маркетинговой дея-

				ваний; - планировать и проводить коммуни-кационные кампании по продвижению товаров и услуг на рынок.	тельности предприятия /организации
		Б1.О.27 Инфографика	- способы соотнесения разных типов графиков, диаграмм и схем с разными типами исследовательских проблем и прикладных задач. - теорию и практику применения визуального мышления в проектировании и отчётных презентациях. - современные концепции и методики инфодизайна и инфографики в различных гуманитарных научных дисциплинах	- превращать исходные количественные показатели в дискретные качественные признаки, а исходные качественные признаки деконструировать в количественные в соответствии со спецификой изучаемых явлений и процессов исторического прошлого и современности. - создавать целостные интегральные визуальные модели для описания смысловых и социальных систем с множеством аналитических критериев.	- специализированными приложениями по созданию инфографики; - программами для верстки и визуализации данных. - опытом деятельности: по использованию современных технологий визуализации данных.

		Б2.О.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	- базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- использовать базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- опытом использования в сфере профиля профессиональной подготовки базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы теории и практики проектной деятельности с использованием базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- применять базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом применения в практической проектной деятельности базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук	- применять в практике профессиональной деятельности - основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук	- опытом применения в практике профессиональной деятельности основ базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-	- основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономичес-	- применять в практике познавательной и профессиональной	- опытом применения в практике познавательной и профессиональной

		лификационной работы	ких и естественных наук	деятельности - основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	деятельности основ базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических наук и естественных наук
ОПК-6. Способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте	1 этап: способность понимать статус различных видов искусств в историко-культурном контексте.	Б1.О.25 История искусств	- основные стилевые и жанровые особенности произведений искусств	- определять базовые элементы, составляющие язык художественных произведений, статус различных видов искусства и возможности использования их сфере профильной подготовки	-опытом применения основных возможностей специфику и статус различных видов искусств в историко-культурном контексте в сфере профиля профессиональной подготовкм
	2 этап: способность - использовать в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы специфику и статус различных видов искусств в историко-культурном контексте.	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- специфику и статус различных видов искусств в историко-культурном контексте и принципы применения ее в практике профессиональной деятельности	- применять в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы знаний специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте	- опытом использования в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы знаний специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте

ОПК-7. Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия	1 этап: способность анализировать теоретические аспекты основных контекстов социального взаимодействия	Б1.О.13 Деловые коммуникации	- принципы и закономерности деловой корпоративной культуры организации; - технологии проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телекоммуникационного делового общения; - основы делового протокола.	- использовать методологию и методы теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации	- опытом применения методологии и методов анализа теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации
	2 этап: способность анализировать теоретические и прикладные аспекты основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	Б1.О.15 Имиджелогия	- классификацию различных видов имиджа; - теорию и практику формирования различных типов имиджа	- способность анализировать и разрабатывать различные виды имиджа публичных персон и организаций в рамках основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	- опытом использования теоретических и прикладных знаний в области анализа, разработки продвижения различных видов имиджа с учетом контекста социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
		Б1.О.19 Связи с общественностью	- средства и технологические особенности коммуникативных процессов в связях с общественностью в основных аспектах контекстов социального взаимодействия;	- способность применять методологию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия	- - опытом использования методологию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
		Б1.О.21 Интегрированные	- методологию анализа и методику использования	- применять в профессиональной	- опытом применения в профессиональной

		коммуникации	различных средств интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	деятельности технологии различных средства интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	деятельности прикладных технологий интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
		Б1.О.22 Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе	- принципы теории и практики менеджмента и маркетинга в арт-бизнесе и рекламе	- применять в профессиональной деятельности методы менеджмента и маркетинга в сфере профиля профессиональной подготовки	- опытом прикладного использования современных концептуальных подходов и технологий менеджмента и маркетинга в арт-бизнесе и рекламе
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- основы анализа теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодействия	-использовать в профессиональной деятельности под руководством принципы и результаты анализа теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодействия	- опытом применения в профессиональной деятельности под руководством принципы и результаты анализа теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодействия

		Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- применять основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- опытом использования основ методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- применять - основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- опытом использования основ методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- методологию и методику теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	- применять методологию и методику теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	- опытом применения методологии и методики теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
ОПК-8. Способен ориентироваться в различных типах словесной культуры	1 этап: способен классифицировать и определить различные типы словесной культуры.	Б1.О.21 Интегрированные коммуникации	- основы теории и практики коммуникативистики	- применять в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы теоретические знания и прикладные технологии современной коммуникативистики	- опытом практического применения создания интегрированных каналов медиакоммуникаций по продвижению вербальной и креололизованной продукции в фсере арт-бизнеса и рекламы
	2 этап: способен ориентироваться в различных типах				

	словесной культуры в арт-бизнесе и рекламе	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- теорию и практику использования словесной культуры в арт-бизнесе и рекламе	- применять в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы теорию и практику словесной культуры	- опыт использования в практике профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы словесной культуры
ОПК-9. Способен ориентироваться в проблематике современной государственной культурной политики Российской Федерации	1 этап: способен понимать место, роль и принципы государственной культурной политики в развитии современного российского общества	Б1.О.08 Основы государственной культурной политики Российской Федерации	- основные документы в области государственной культурной политики России	- применять имеющиеся знания для успешного получения профессионального образования	- техниками анализа нормативной программной документации в сфере культуры
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- основные направления современной государственной культурной политики РФ	- ориентироваться в основных направлениях современной государственной культурной политики РФ	- ориентацией в основных направлениях современной государственной культурной политики РФ
	2 этап: способен - использовать в практической профессиональной деятельности, ориентацию в проблематике современной государственной культурной политики Российской Федерации	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- конституционно-правовые основы государственной культурной политики РФ; основные принципы, положения и направления государственной культурной политики РФ	- использовать в практической профессиональной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки конституционно-правовых основ государственной культурной политики РФ; - основные принципы, положения, направления и проблематику современной государственной культурной политики РФ в практике профессиональной деятельности	- опытом применения конституционно-правовых основ государственной культурной политики РФ; - основными принципами, положениями, направлениями и проблематикой современной государственной культурной политики РФ в практике профессиональной деятельности

ПК-1-Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы	1 этап: способность под руководством участвовать в разработке бизнес-проектов на основании отечественных и зарубежных концептуальных подходов	Б1.В.05 Эвент-технологии	- основы теории и практики бизнес-планирования в сфере арт-бизнеса и рекламы	- основные принципы разработки и реализации бизнес –плана в структуре прикладного проектирования в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом разработки, представления, реализации, контроля и анализа эффективности бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б1.В.08 Краудфандинг и фандрайзинг	- основы функционирования арт-рынка и его субъектов и создания конкурентоспособных бизнес-проектов	- принимать участие под руководством в использовании принципов и методов сегментации арт-рынка и выделения целевых сегментов профильной направленности для инициирования арт-бизнес проектов	- опытом участия в бизнес-проектировании под руководством на конкурентных арт-рынках
		Б1.В.09 Арт-рынок современного искусства	- основы функционирования арт-рынка и его субъектов и создания конкурентоспособных бизнес-проектов	- принимать участие под руководством в использовании принципов и методов сегментации арт-рынка и выделения целевых сегментов профильной направленности для инициирования арт-бизнес проектов	- опытом участия в бизнес-проектировании под руководством на конкурентных арт-рынках
		Б1.В.10 Визуальные объекты массового восприятия	- основные концепты визуальных объектов массового восприятия	- использовать в разработке и реализации бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы визуальных аспектов массового восприятия	- опытом использования в практике проектной деятельности арт-бизнесе и рекламе визуальных объектов массового восприятия
		Б1.В.06 Управление креативными проектами;	- основные концепции управления креативными проектами	- учитывать особенности управления креативными проектами	- опытом участия в управления креативными проектами под руководством

					специалистов
	2 этап: способность решать профессиональные задачи по разработке бизнес-проекта, методам его реализации и оценки эффективности выполнения	Б1.В.07 Правовое регулирование в сфере культуры и культурных индустрий	- правовые основы управления бизнес проектами	- учитывать правовые особенности управления бизнес проектами	- опытом управления бизнес проектами под руководством специалистов
		Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование потребительской культуры	- методологию брендинга и методы их формирования и развития	- применять в профессиональной деятельности по профилю подготовки методологию и методику брендинга, брендбилдинга и проектирования потребительской культуры целевых сегментов на конкурентных рынках	- опытом применения в профессиональной деятельности принципов и технологий брендинга и брендбилдинга в профессиональной деятельности по профилю подготовки
		Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	- методологию разработки и применения в практической деятельности технологий социального брендинга	- использовать в практической деятельности в области профиля подготовки принципы методологии и технологии социального брендинга	- опытом применения в практической деятельности принципов и технологий социального брендинга в соответствии с профилем подготовки
		Б2.О.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	- технологии разработки бизнес-проектов в арт-бизнесе и рекламе	- выбирать для практического использования технологии бизнес-проектирования в арт-бизнесе и рекламе	- опытом выбора для практического использования технологий бизнес-проектирования в арт-бизнесе и рекламе

		Б2.О.04(П) Проектная практика	- области практического применения разработки бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- определять целевые сегменты и осуществлять SWOT-анализ на конкурентных рынках бизнес проектов в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом использования технологий бизнес-проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- формы бизнес-проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы	- разрабатывать под руководством и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом разработки и реализации под руководством бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- 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
		Б1.В.01 Бизнес-планирование	- методологию и методику разработки структуры и содержания бизнес-планов в арт-бизнесе с использованием современного программного ИТ-обеспечения	- составлять и представлять бизнес-планы в сфере арт-бизнеса с применением современных информационных и коммуникационных технологий	- опытом разработки и публичного представления бизнес-планов потенциальным стейкхолдерам и инвесторам

ПК-2 Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	1 этап: способность под руководством участвовать в использовании методов управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационно-коммуникативных технологий	Б1.В.06 Управление креативными проектами	- основные концепции управления креативными проектами в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в профессиональной деятельности под руководством особенности управления креативными проектами в арт-бизнесе и рекламе	- опытом применения под руководством методологии и методики управления креативными проектами в арт-бизнесе и рекламе
	2 этап: способность - использовать в профессиональной деятельности методы менеджмента и маркетинга с применением информационно-коммуникативных технологий в деятельности в области арт-бизнеса и рекламы	Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование потребительской культуры	- методологию управления брендингом и потребительской культурой и методами их формирования и развития	- применять в профессиональной деятельности по профилю подготовки под руководством методологию и методику управления брендинга, брендбилдингом и проектированием потребительской культуры целевых сегментов на конкурентных рынках	- опытом применения в профессиональной деятельности под руководством принципов управления технологиями брендинга и брендбилдинга в арт-бизнесе и рекламе
		Б1.В.01. Бизнес-планирование	- методологию и методику разработки структуры и содержания бизнес-планов в арт-бизнесе с использованием современного программного ИТ-обеспечения	- составлять и представлять бизнес-планы в сфере арт-бизнеса с применением современных информационных и коммуникационных технологий	- опытом разработки и публичного представления бизнес-планов потенциальным стейкхолдерам и инвесторам
		Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	- методологию управления разработкой и применением в практической деятельности технологий социального брендинга	- использовать в практической деятельности под руководством в области профиля подготовки принципов управления	- опытом применения в практической деятельности под руководством принципов управления технологиями

				технологиями социального брендинга	социального брендинга в соответствии с профилем подготовки
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- основы методологии и технологий управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	- применять под руководством - основы и методологии и методики управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	- опытом использования под руководством основ методологии и методики управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий
		Б2.О.05(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	- основные концепции и методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием современных коммуникационных технологий	- использовать под руководством основных концепций и методов управления арт-бизнесом и рекламой с использованием современных коммуникационных технологий	- опытом практического применения под руководством основ теории и практики управления арт-бизнесом и рекламой
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектировании в арт-бизнесе и рекламе с использованием информационно-коммуникативных технологий	- применять под руководством - основы методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектировании с использованием информационно-коммуникативных технологий в арт-бизнесе и рекламе	- опытом использования под руководством основ методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектировании с использованием информационно-коммуникационных технологий в арт-бизнесе и рекламе
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- методологию и методы менеджмента и маркетинга с использованием информационно-	- применять под руководством технологии менеджмента и маркетинга с	- опытом применения под руководством технологий менеджмента и маркетинга с

			коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- методологию и методы технологии и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять технологии менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом применения технологий менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы
ПК-3. Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса;	1 этап: способность под руководством участвовать в создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	Б1.В.ДВ.02.01 Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе	- основы теории и практики разработки визуального контента в рекламе	- разрабатывать под руководством визуальный контент в рекламе	- опытом разработки под руководством визуального контента в рекламе
		Б1.В.ДВ.02.02 Разработка и технологии производства рекламного продукта	- основы технологии производства рекламного продукта	- применять под руководством технологии производства рекламных продуктов	- опытом производства под руководством рекламных продуктов
		Б1.В.ДВ.03.01 Аудио-видеопроизводство коммуникационного продукта	- основы технологий аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта	- использовать под руководством технологии аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта	- опытом использования под руководством технологий аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта
		Б1.В.ДВ.03.02 Аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе	- основы аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе	- применять под руководством аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе	- опытом применения под руководством аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе

		и рекламе		и рекламе	и рекламе
		Б1.В.ДВ.05.01 Копирайтинг	- основы копирайтинга в рекламной деятельности	- использовать под руководством технологию копирайтинга в рекламной деятельности	- опытом применения под руководством технологий копирайтинга в рекламной деятельности
		Б1.В.ДВ.05.02 Креолизованные тексты	- основы теории и практики создания креолизованных текстов	- использовать под руководством технологии создания креолизованных текстов в рекламной деятельности	- опытом использованием под руководством технологий создания креолизованных текстов в рекламной деятельности
		Б1.В.02 Деловой иностранный язык	правила написания разных видов деловых писем (запрос, заказ, предложение, жалоба, заявление о приеме на работу и т.д.).	применять полученные теоретические знания на практике в процессе делового общения	- системой лингвистических знаний, включающей в себя знания основных правил ведения деловой переписки и составления и перевода деловых контрактов
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- основы теории и практики рекламы в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- участвовать под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- опытом участия под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
		Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование потребительской культуры	- основы брендинга и проектирования потребительской культуры	- использовать под руководством в рекламной деятельности технологии брендинга и проектирования потребительской культуры	- опытом использования под руководством в рекламной деятельности технологии брендинга и проектирования потребительской культуры

	2 этап: способность создавать и организовывать разработку и продвижение рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	- основы теории и практики социального брендинга	- применять под руководством технологии социального брендинга в рекламной деятельности	- опытом применения под руководством техноло-гии социального брендинга в рекламной деятельности
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- основы теории и практики рекламы в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- участвовать под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- опытом участия под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы теории и практики проектной деятельности	- применять под руководством технологии проектной деятельности в рекламе в сфере арт-бизнеса	- опытом использования под руководством технологий проектной деятельности в рекламе в сфере арт-бизнеса
		Б2.О.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	- основы теории и практики рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции	- использовать в профессиональной деятельности под руководством знания по теории и практике рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции	- опытом использования в профессиональной деятельности под руководством знания по теории и практике рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- теория и практика рекламной деятельности	- применять теорию и практику рекламной деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- опытом применения теории и практики рекламной деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в

					сфере арт-бизнеса
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- 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
ПК-4 Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе;	1 этап: способность под руководством определять методологию и - использовать знания для разработки концепции и выбора стратегии прикладного научного исследования в сфере арт-бизнеса и рекламы	Б1.В.03 Искусствознание	- основные концепции искусствознания	- анализировать художественное произведение с опорой на знание теории искусствоведения	- методологией и методикой анализа художественных произведений
		Б1.В.04 Современная массовая культура	- основы теории и практики современной массовой культуры	- применять в рамках участия в практической профессиональной деятельности под руководством методологию и методику исследований современной массовой культуры	- опытом участия в использовании в практической профессиональной деятельности под руководством методологию и методику исследований современной массовой культуры

		Б1.В.09 Арт-рынок современного искусства	- основы методологии и методики исследования арт-рынка современного искусства	- применять методологию и методику прикладных научных исследований арт-рынка современного искусства с целью получения конкретных результатов для определения фазы жизненного цикла арт-рынка, субъектов арт-рынка, их конкурентных позиций и прогнозирования тенденций развития арт-рынка в ближайшей перспективе для использования в сфере профидя профессиональной деятельности	- опытом проведения научных исследований арт-рынка современного искусства и использованная полученных результатов в сфере арт-бизнеса
		Б1.В.10 Визуальные объекты массового восприятия	- концептуальные подходы и методы прикладного научного анализа визуальных объектов массового восприятия	- использовать методологию и методы прикладного научного анализа в изучении визуальных объектов массового восприятия в целях использования в сфере профидя профессиональной деятельности	- опытом использоования результатов прикладных научных исследований визуальных объектов массового восприятия в планировании и организации городских визуальных пространств, выставочной, галерейной и музейной деятельности
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- основные концептуальные подходы к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы	- участвовать под руководством в определении основных концептуальных подходов к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом участия в определении под руководством методологии к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы

		Б1.В.ДВ.01.01 Психология рекламы	- методологию и методику прикладных психологических исследований в арт-бизнесе и рекламе	- применять в рекламных исследованиях под руководством методологию и методику психологического анализа потребительского поведения и психологической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений	- опытом проведения под руководством психологического анализа потребительского поведения и психологической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений и использования их результатов в профессиональной деятельности
	2 этап: способность проводить научные исследования и - использовать их результаты в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	Б1.В.ДВ.01.02 Психология творчества	- методологию и методику прикладных психологических исследований в сфере творчества	- применять в прикладных исследованиях под руководством методологию и методику психологического анализа творчества в арт-бизнесе и рекламе	- опытом проведения под руководством психологического анализа творчества в арт-бизнесе и рекламе и использования их результатов в профессиональной деятельности
		Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование потребительской культуры	- принципы и технологии брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и технологии брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом использования под руководством в прикладных исследованиях и профессиональной деятельности принципов и технологий брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их

					результатов профессиональной деятельности в
		Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	- принципы и технологии социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и технологии социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом использования в прикладных исследованиях под руководством принципов и технологий социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их результатов в профессиональной деятельности
		Б1.В.ДВ.05.01 Копирайтинг	- методологию и методику исследования и использования их результатов в области копирайтинга	- применять под руководством в прикладных исследованиях и практике профессиональной деятельности методологию и методику копирайтинга в связях с общественностью и рекламе в сфере арт-бизнеса и рекламной деятельности	- опытом применения под руководством в прикладных исследованиях и использования их результатов в профессиональной деятельности методологии и методики копирайтинга в связях с общественностью и рекламе в сфере арт-бизнеса и рекламной деятельности
		Б1.В.ДВ.05.02 Креолизованные тексты	- методологию и методику исследования и использования их результатов в области креолизованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять под руководством в прикладных исследованиях и практике профессиональной деятельности исследования и - использовать их результатов в области	- опытом применения под руководством в прикладных исследованиях и профессиональной деятельности методологии и методики анализа и использования его результатов в связях с

				креолизированных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы методологию и методику	общественностью и рекламе в сфере арт-бизнеса и рекламной деятельности
		Б2.О.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	- практику организации и проведения под руководством прикладных научных исследований и использования их результатов в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в практике профессиональной деятельности под руководством прикладных научных исследований и их результатов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом организации и проведения в профессиональной деятельности под руководством прикладных научных исследований и их результатов в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- теорию и практику творческого проектирования и организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в проектной деятельности под руководством в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять в профессиональной деятельности под руководством принципов и технологий проектирования на основании использования результатов прикладных научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы	Опыт использования в профессиональной деятельности под руководством принципов и технологий проектирования на основании использования результатов прикладных научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	- применять в профессиональной деятельности теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	Опыт применения в профессиональной деятельности теории и практики организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе

		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- методологию и методику организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы и принципы использования их результатов в профессиональной деятельности	- применять в профессиональной деятельности методологию и методику организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	Опыт использования в профессиональной деятельности методологии и методики организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы
--	--	--	---	---	--

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценивания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине (модулю), практике

Требования и критерии оценки контрольной работы

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных самостоятельно, преподаватель вправе провести защиту обучающимися своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее

возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Оценка «отлично» — выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» — выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» — выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» — выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач

Требования к выполнению кейс-задания

Цель выполнения кейс-задания в процессе обучения – продемонстрировать навыки принятия решений в ситуации, приближенной к реальной.

При использовании кейсового метода подбирается соответствующий теме исследования реальный материал. Обучающиеся должны решить поставленную задачу и получить реакцию окружающих на свои действия. При этом нужно понимать, что возможны различные решения задачи. Обучающиеся должны понимать с самого начала, что риск принятия решений лежит на них, преподаватель только поясняет последствия риска принятия необдуманных решений.

Роль преподавателя состоит в направлении беседы или дискуссии, например с помощью проблемных вопросов, в контроле времени работы, в побуждении отказаться от поверхностного мышления, в вовлечении группы в процесс анализа кейса.

Периодически преподаватель может обобщать, пояснять, напоминать теоретические аспекты или делать ссылки на соответствующую литературу.

- Кейсовый метод позволяет решать следующие задачи:
 - анализировать информацию, предоставляемую ситуацией, отбросив второстепенные факторы;
 - принимать верные решения в условиях неопределенности;
 - разрабатывать план действий, ориентированных на намеченный результат;
 - применять полученные теоретические знания, в том числе при изучении других дисциплин (менеджмент, статистика, экономика и др.), для решения практических задач;
 - учитывать точки зрения других специалистов на рассматриваемую проблему при принятии окончательного решения.

В кейсе рассматривается конкретная ситуация, отражающая положение предприятия за какой-либо промежуток времени. В описание кейса включаются основные случаи, факты, решения, принимавшиеся в течение указанного времени. Причем ситуация может отражать как комплексную проблему (например, изложенную в данном учебном пособии), так и какую-либо частную реальную задачу.

Кейс может быть составлен на основании обобщенного опыта, т. е. может не отражать деятельность конкретного предприятия. Однако нужно помнить, что такие «кабинетные» кейсы могут не восприниматься аудиторией. Поэтому кейс в любом случае должен содержать максимально реальную картину и несколько конкретных фактов, тогда изложение реальных и вымышленных событий сотрет различия между ними.

Как правило, информация не представляет полного описания (биографию) деятельности предприятия, а скорее носит ориентирующий характер. Поэтому для построения логичной модели, необходимой при принятии обоснованного решения, допускается дополнять кейс данными, которые, по мнению участников, могли иметь место в действительности. Таким образом, не только фиксирует рассматриваемый случай, но и вникает в него до такой уровня, что может прогнозировать и демонстрировать то, что пропущено в кейсе.

Следует выделить пять ключевых критериев, по которым можно отличить кейс от другого учебного материала.

1. Источник. Источником создания любого кейса являются люди, которые вовлечены в определенную ситуацию, требующую решения.

2. Процесс отбора. При отборе информации для кейса необходимо ориентироваться на учебные цели. Не существует единых подходов к содержанию данных, но они должны быть реальными для сферы, которую описывает кейс, иначе он не вызовет интереса, так как будет казаться нереальным.

3. Содержание. Содержание кейса должно отражать учебные цели. Кейс может быть коротким или длинным, может излагаться конкретно или обобщенно. Что касается цифрового материала, то его должно быть достаточно для

выполнения необходимых расчетов. Следует избегать чрезмерно насыщенной информации или информации, напрямую не относящейся к рассматриваемой теме. В целом кейс должен содержать дозированную информацию, которая позволила бы обучающемуся быстро войти в проблему и иметь все необходимые данные для ее решения.

Проверка в аудитории. Проверка в аудитории — это апробация нового кейса непосредственно в учебном процессе с целью адекватного восприятия содержания кейса, выявления возможных проблемных мест, недостаточности или избыточности информации. Рекомендуется обратить внимание на заинтересованность тематикой кейса. Изучение реакции на кейс необходимо для получения максимального учебного результата.

5. Процесс устаревания. Большинство кейсов постепенно устаревают, поскольку новая ситуация требует новых подходов. Кейсы, основанные на истории, хорошо слушаются, но работа с ними происходит неактивно, поскольку «это было уже давно». Проблемы, рассмотренные в кейсе, должны быть актуальны для сегодняшнего дня.

Для большей вовлеченности каждого в работу над кейсом учебную группу целесообразно разбить на подгруппы по 4-6 человек. Непосредственную работу учебной группы с кейсом можно организовать двумя способами:

- 1) каждой подгруппе дается отдельный кейс по тематике, которую выбирают самостоятельно;
- 2) все подгруппы работают над одним и тем же кейсом, конкурируя между собой в поиске оптимального решения.

Подгруппу возглавляет модератор, отвечающий за координацию работы ее участников. Во время занятий происходят обсуждение и обмен информацией по каждой теме.

На разработку одной темы требуется, как правило, четыре часа практических занятий, но в соответствии с учебной программой на практические (семинарские) занятия выделяется 24 часа, поэтому отдельные темы прорабатываются только в течение двух часов. В этом плане возрастает роль внеаудиторной работы и организации контроля над ней со стороны преподавателя.

Работа начинается со знакомства с ситуационной задачей. Самостоятельно в течение 20 минут анализируют содержание кейса, выписывая при этом цифровые данные, наименования фирм-конкурентов и другую конкретную информацию. В результате у каждого должно сложиться целостное впечатление о содержании кейса.

Знакомство с кейсом завершается его обсуждением. Преподаватель оценивает степень освоения материала, подводит итоги обсуждения и объявляет программу работы первого занятия.

В аудитории подгруппы располагаются по возможности на достаточном удалении — чтобы не мешать друг другу.

Преподаватель более подробно объясняет цели работы, формы текущего контроля и то, в каком виде должен быть оформлен отчет о работе.

Критерии оценивания выполнения кейс-заданий:

Отметка «отлично» - работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; работа проведена в условиях, обеспечивающих получение правильных результатов и выводов; соблюдены правила техники безопасности; в ответе правильно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполняет анализ ошибок.

Отметка «хорошо» - работа выполнена правильно с учетом 1-2 мелких погрешностей или 2-3 недочетов, исправленных самостоятельно по требованию преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» - работа выполнена правильно не менее чем наполовину, допущены 1-2 погрешности или одна грубая ошибка.

Отметка «неудовлетворительно» - допущены две (и более) грубые ошибки в ходе работы, которые обучающийся не может исправить даже по требованию преподавателя или работа не выполнена полностью.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Тестовый метод контроля качества обучения имеет ряд несомненных преимуществ перед другими педагогическими методами контроля: высокая научная обоснованность теста; технологичность; точность измерений; наличие одинаковых для всех испытуемых правил проведения испытаний и правил интерпретации их результатов; хорошая сочетаемость метода с современными образовательными технологиями.

Основные принципы тестирования следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность - систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

– гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего государственного образовательного стандарта.

К принципам тестирования примыкают принципы построения тестовых заданий, включающие в себя следующие принципы:

– коллегиальная подготовка тестовых заданий - позволяет существенно уменьшить важнейший недостаток индивидуального контроля знаний – его субъективность.

– централизованное накопление тестовых заданий - составленные и отобранные экспертами тестовые задания должны храниться в базе данных системы тестирования, обрабатываться педагогом по соответствующей дисциплине с целью устранения возможных дублирований заданий.

– унификация инструментальных средств подготовки тестовых заданий - образовательные учреждения должны использовать унифицированное программное обеспечение систем тестирования, инвариантное к предметной области.

Методические аспекты контроля знаний включают:

1. Выбор типов и трудности тестовых заданий («что контролировать?»). Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля на данном этапе учебного процесса. Так на этапе восприятия, осмысления и запоминания оценивается уровень знаний обучающегося о предметной области понимания основных положений. Способность обучающегося применять полученные знания для решения конкретных задач, требующих проявления познавательной самостоятельности, оценивается как соответствие требуемым навыкам и/или умениям.

2. Планирование процедуры контроля знаний («когда контролировать?»). Учебный процесс принято рассматривать как распределенный во времени процесс формирования требуемых знаний, навыков и умений. Соответственно этому, выделяют следующие четыре этапа контроля знаний.

– Исходный (предварительный) контроль. Данный контроль проводится непосредственно перед обучением, имея целью оценить начальный уровень знаний обучающегося и соответственно планировать его обучение– Текущий контроль. Осуществляется в ходе обучения и позволяет определить уровень усвоения обучающимся отдельных разделов учебного материала, а затем на этой основе скорректировать дальнейшее изучение предмета.

– Рубежный контроль. Проводится по завершении определенного этапа обучения и служит цели оценки уровня знаний обучающегося по теме или разделу курса.

– Итоговый контроль. Позволяет оценить знания, умения и навыки обучающегося по курсу в целом.

2. Формирование набора адекватных тестовых заданий («как контролировать?»).

Используются следующие формы тестовых заданий:

- цепные задания - задания, в которых правильный ответ на последующее задание зависит от ответа на предыдущее задание;
- тематические задания - совокупность тестовых заданий любой формы, разработанных для контроля знаний обучающихся по одной изученной теме.

Задания могут быть цепными и тематическими одновременно, если их цепные свойства имеют место в рамках одной темы;

- текстовые задания - совокупность заданий, созданных для контроля знаний обучающихся конкретного учебного текста, текстовые задания удобны для проверки классификационных знаний;

- ситуационные задания - разрабатываются для проверки знаний и умений обучающихся действовать в практических, экстремальных и других ситуациях, а также для интегрального контроля уровня знаний обучающихся.

Каждая из рассмотренных форм тестовых заданий имеет несколько вариантов. Например, возможны задания с выбором одного правильного ответа, с выбором одного наиболее правильного ответа и задания с выбором нескольких правильных ответов. Последний вариант является наиболее предпочтительным.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т. п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

- открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и, графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

- установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;
- установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа более 81% тестовых заданий;

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа от 71 до 80% тестовых заданий

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа от 60% до 70%

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 60 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

«Неудовлетворительно» - выступление с явными интонационными погрешностями (фальшиво). Непонимание смысла, характера исполняемых произведений. Формальное отношение к исполнению, плохое знание текста.

Требования и критерии оценки научно-исследовательской работы (выполнение текста художественно-творческого проекта)

Тема научно-исследовательской работы должна отражать актуальность, новизну, научную и прикладную ценность.

Научно-исследовательская работа должна быть самостоятельным исследованием, обладать внутренним единством, содержать научную и (или) практическую новизну.

Предлагаемые автором решения должны быть аргументированы и оценены по сравнению с другими известными решениями.

Научно-исследовательская работа должна опираться на изучение и анализ литературы и источников по теме исследования.

Научно-исследовательская работа должна строиться вокруг следующих структурных элементов:

- актуальность исследования (положения и доводы, свидетельствующие в пользу научной и прикладной значимости решения исследуемой проблемы);

- цели и задачи исследования;
- объект исследования (некоторая сфера реальности, представляющая собой целостную систему; область научных изысканий, в пределах которой выявлена и существует исследуемая проблема);
- предмет исследования (некий новый (по сравнению с известными) угол зрения на исследуемый объект или его новая «проекция»)
- состояние вопроса, степень разработанности темы, проблемы исследования;
- методологию и методы исследования.

Основное содержание научно-исследовательской работы должно быть представлено по главам в соответствии с индивидуальным учебным планом обучающегося.

Требования и критерии прохождения практики

Оценка по прохождении практики учитывает: полноту содержания и качество выполнения отчёта, его соответствие программе практики и индивидуальному заданию; владение материалом отчёта; отзыв руководителя практики.

Основными критериями оценки практики являются точность выполнения поставленной перед обучающимся задачи. Оценка является дифференцированной и учитывает полноту и качество выполнения задания, а также точность и информационную насыщенность представленного отчета.

При выставлении оценки учитываются следующие критерии:

- качество выполнения индивидуальных заданий обучающимся;
- качество отчетной документации;

На «зачтено» оценивается работа обучающегося, который выполнил весь объем работы, требуемой программой практики, ответственно и с интересом относился ко всей работе, представил отличное качество отчетной документации.

На «не зачтено» оценивается работа обучающегося, который не выполнил программу практики, все виды работ провел на неудовлетворительном уровне.

Практикант, не выполнивший программу практики или не предоставивший ее результаты в установленные сроки, считается не аттестованным.

Требования и критерии оценки научной статьи.

- научная статья должна иметь следующую структуру: введение, основную часть, заключение, список литературы;

- во введении необходимо указать актуальность, новизну, цель, задачи исследования, научную проблему, гипотезу, доказываемую в статье;
- в основной части последовательно раскрывается научная проблема, доказывается гипотеза; с большим вниманием необходимо отнестись к точному цитированию научной литературы и изложению фактов;
- в заключении, как правило, представлены основные результаты исследования, выводы и рекомендации, апробация и внедрение результатов исследования.

К научной статье прилагаются следующие сведения:

- аннотация (на русском и английском языках);
- шифр УДК/ ББК;
- ключевые слова (на русском и английском языках);
- сведения об авторе.

Требования и критерии оценки к написанию реферата

Реферат — это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

Основными критериями оценки реферата являются:

- степень соответствия работы уровню квалификационных требований, предъявляемых к подготовке обучающегося;
- соответствие темы реферата содержанию дисциплины, по которой выполняется реферат;
- актуальность темы реферата, степень разработанности темы реферата;
- качество и самостоятельность выполненной работы;
- степень владения методологией реферируемой проблемы;
- самостоятельность работы с материалом реферата, его анализа;
- наличие авторской позиции, самостоятельность суждений;

- соответствие плана теме реферата;
- соответствие содержания теме и плану реферата;
- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;
- обоснованность способов и методов работы с материалом;
- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
- самостоятельная и научно обоснованная формулировка выводов по результатам проведенной работы;
- язык, стиль, грамотность реферата;
- соблюдение требований к оформлению реферата;
- правильное оформление ссылок на используемую литературу;
- соблюдение требований к объему реферата

Оценка «отлично» — выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» — основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» — имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.

Оценка «неудовлетворительно» — тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен вовсе.

**Критерии оценивания для проведения промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине (модулю), практике**

Шкалы оценивания		Критерии оценивания
Отлично	Зачтено	
Отлично	Зачтено	<u>При оценивании устных ответов</u> Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено полностью, без пробелов в знаниях, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания выполнены, уровень качества их выполнения оценен как высокий (превосходный). Обучающийся полностью ответил на все вопросы экзаменационного билета и ответил на дополнительные вопросы (не более 3-х вопросов). На зачете полностью раскрыл содержание вопросов к зачету, ответил на дополнительные вопросы (не более 3-х)
		<u>При оценивании письменных работ (тестировании)</u> Вопрос раскрыт полностью и без ошибок, текст написан грамотным литературным языком без грамматических ошибок, правильно использованы основные понятия и термины, имеются ссылки на необходимые источники, отсутствуют противоречивые фразы, выдержана смысловая и логическая точность обоснованность выводов. Правильные ответы на тестовые задания – 81-100%
Хорошо	Зачтено	<u>При оценивании устных ответов</u> Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания выполнены, уровень качества их выполнения оценен как продвинутой, но некоторые виды заданий озвучены с ошибками. Обучающийся полностью ответил на все вопросы экзаменационного билета, допустил неточности, ответил на 2 дополнительных вопроса, 3-й вопрос раскрыл не полностью. На зачете раскрыл содержание вопросов к зачету, допустил неточности, неполно ответил на дополнительные вопросы (не более 3-х)
		<u>При оценивании письменных работ (тестировании)</u> Вопрос раскрыт более чем наполовину, но без ошибок. Имеются незначительные и/или единичные ошибки. Использованы ссылки менее чем на половину рекомендованных по данному вопросу источников, допущены 1–2 фактические ошибки. Правильные ответы на тестовые задания – 71-80%

Удовлетво- рительно	Зачтено	<u>При оценивании устных ответов</u> Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, многие предусмотренные рабочей программой дисциплины (модуля) учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них соответствует базовому уровню. Обучающийся неполно раскрыл содержание вопросов экзаменационного билета, допустил неточности и ответил на 1 из 3-х дополнительных вопросов. На зачете неполно раскрыл содержание вопросов к зачету, ответил на 1 из 3-х дополнительных вопросов
		<u>При оценивании письменных работ (тестировании)</u> Вопрос раскрыт частично. Текст написан небрежно, неаккуратно, использованы необщепринятые сокращения, затрудняющие ее прочтение. Допущено 3–4 фактические ошибки. Правильные ответы на тестовые задания – 70-60%.
Неудовле- тво- рительно	Не зачтено	<u>При оценивании устных ответов</u> Теоретическое содержание дисциплины (модуля) освоено частично, необходимые практические навыки не сформированы, большинство предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено как несоответствующее базовому; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий. Обучающийся не раскрыл содержание вопросов экзаменационного билета и не ответил ни на один дополнительный вопрос.
		<u>При оценивании письменных работ (тестировании)</u> Обнаруживается общее представление о сущности вопроса. Ответ отсутствует или вопрос не раскрыт. Правильные ответы на тестовые задания – менее 60%.

**СООТВЕТСТВИЯ СОСТАВНЫХ ЧАСТЕЙ ОПОП, КОМПЕТЕНЦИЙ И ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
ПОДГОТОВКИ 50.03.01. ИСКУССТВА И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ ПРОФИЛЬ АРТ-БИЗНЕС**

Индекс	Наименование	КОМПЕТЕНЦИИ												Оценоч-ные средства
Б1.	Дисциплины (модули)													
Б1. О	Обязательная часть													
Б1.О.1	Русский язык и культура речи	УК-4												ПО, ТЗ, УО, РФ, ЭС, презентации и ,ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.О.2	Иностранн ый язык	УК-4												УО, презентации и, ТЗ, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.О.3	Философия	УК-1	УК-5											УО, ТЗ, ЭС, РФ, презентации и, ЭКЗ ,ЗАЧ
Б1.О.4	История	УК-5												ПО
Б1.О.5	Безопасность жизнедеятел ьности	УК-8												УО, РФ, ЭС, презен- тации, ТЗ, ЗАЧ
Б1.О.6	Психология	УК-3	ОПК-4	ОПК-7										УО, ТЗ, ПРЕЗЕНТА ЦИИ, ЭКЗ
Б1.О.7	Педагогика	ОПК-4	ОПК-7											К, ТЗ, ПРОЕКТН АЯ РАБОТА,

														ЭКЗ
Б1.О.8	Основы государственной культурной политики Российской Федерации	УК-5	ОПК-9											УО, ЭС, РФ, ПРЕЗЕНТАЦИИ, ЭКЗ
Б1.О.9	Предпринимательство и проектная деятельность	УК-1	УК-2	ОПК-5										УО, ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ТЗ, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.О.10	Основы права	УК-2												УО, ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.О.11	Основы самоорганизации личности в процессе обучения и в профессиональной деятельности	УК-6												УО, РФ, ЭС, ЗАЧ
Б1.О.12	Физическая культура и спорт	УК-7												УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.О.13	Деловые коммуникации	ОПК-7												УО, ТЗ, ЭС, РФ, ПРЕЗЕНТАЦИИ, ЭКЗ

Б1.О.14	История рекламы	ОПК-3	ОПК-5											ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.О.15	Имиджелогия	ОПК-7												ТЗ, УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.О.16	Экономическая теория	ОПК-5												ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.О.17	Фотография	ОПК-5												ТЗ, УО, РФ, ЭС, презентации, ЭКЗ
Б1.О.18	Теория и практика арт-бизнеса и рекламы	ОПК-5												УО,ТЗ, ЭКЗ
Б1.О.19	Связи с общественностью	ОПК-7												ТЗ, УО, ЭС, РФ, ПРЕЗЕНТАЦИИ, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.О.20	Экономика организаций малого бизнеса	ОПК-5												ТЗ, ЭС, РФ, ПРЕЗЕНТАЦИИ, ЗАЧ
Б1.О.21	Интегрированные коммуникации	ОПК-1	ОПК-7	ОПК-8										ТЗ, УО, ЭС, РФ, ПРЕЗЕНТАЦИИ, ЗАЧ,

[illegible]

	арт-бизнесе												тации, ЭКЗ
Б1.В.ОД. 10	Деловой иностраный язык	ОК-5											ТЗ, ЗАЧ,ЭКЗ
Б1.В.ОД. 11	Реклама в арт-бизнесе	ОПК-4	ПК-9	ПК-7	ОПК-5								ТЗ, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ, ЭКЗ
Б1.В.ОД. 12	Современная массовая культура	ОК-1	ОПК-4	ОПК-1	ОПК-2	ПК-7	ПК-9						УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.В.ОД. 13	Искусствозна ние	ОК-1	ОК-2	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ПК-5	ПК-3	ПК-4	ПК-6		УО, РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.В.ОД. 14	Исследовани я в арт- бизнесе	ПК-3	ОПК-3	ПК-4	ПК-5	ОК-3	ПК-6						ТЗ, ЗАЧ
Б1.В.ОД. 15	Инвестиции в искусство	ПК-8	ОК-3	ОПК-2	ПК-2	ПК-9							УО, ТЗ, , РФ, ЭС, презентации, ЗАЧ
Б1.В.ОД. 16	Бюджетирова ние в сфере культуры	ОК-3	ОПК-2	ПК-2	ПК-8	ПК-9							УО, ТЗ, РФ, ЭС, презент тации, ЗАЧ
Б1.В.ОД. 17	Краудфандин г и фандрайзинг в арт-бизнесе	ОК-3	ПК-2	ОПК-2	ПК-8	ПК-9							УО, ТЗ, РФ, ЭС, презент тации, ЗАЧ, ЭКЗ

[illegible]

[illegible]

	подготовка													
Б1.В.ДВ. 04.02	Спортивные игры	УК-7												ТЗ, ЗАЧ
Б2	Практики													
Б2.У.1	Практика по получению первичных профессиона льных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно- исследова тельской деятельно сти	ОК-1	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-4	ОПК-5	ПК-3			ОПР, ЗАЧ
Б2.П.1	Практика по получению профес сиональ-ных умений и опыта профес сиональ ной деятель ности	ОК-3	ОК-4	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ПК-8	ПК-9				ОПР, ЗАЧ

Б2.П.2	Научно-исследовательская работа	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6									НИРС, ЗАЧ.
Б2.П.3	Преддипломная практика	ОК-3	ОК-4	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-8	ПК-9					ОПР, ЗАЧ
Б3	Государственная итоговая аттестация	ОК-3	ОК-4	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-9						ВКР

Условные обозначения: УО - устный опрос, ПО - письменный опрос, КР - контрольная работа, К - коллоквиум, ТЗ - тестовые задания, РФ - рефераты, ЭС - эссе, ТР - творческие работы, КС - кейсы, КУРС - курсовые работы, ОПР - отчеты по практикам, ОНИРС - отчеты по НИРС, ЗАЧ - зачет по дисциплине. ЭКЗ - экзамен по дисциплине, ГЭ - государственный экзамен, ВКР - защита выпускной квалификационной работы. По другим видам оценочных средств, не включенных в данный перечень условных обозначений, наименование указывается полностью.

Зав. кафедрой

Кудинова А.В.