

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 26.08.2021 11:11:43

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec87d71fc

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

А.В.Кудинова

26 августа 2021 г. пр. №1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ФТД.01 Креативное проектирование

Направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки Арт-бизнес и реклама

Форма обучения – заочная

**Краснодар
2021**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (№ 532 от 08.06.2017 г.)

Рецензенты:

Кандидат педагогических наук,
доцент кафедры телерадиовещания
Краснодарского государственного
института культуры

Устрижицкий О.В.

Руководитель автономной
некоммерческой организации
«Международный центр творческого
развития, социальных инноваций и
театра

Новгородова Е.Н.

Составитель: доктор философских наук, профессор С.А. Морозов

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса, туризма и рекламы «26» августа 2021 г., протокол №1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Креативное проектирование» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «27» августа 2021 г., протокол №1.

Содержание

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Задачи:

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

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование углубленных элементов профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

1) **Знать:**

- методологию и методику креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе;
- базовый комплекс теоретических знаний и прикладных технологий, необходимых для разработки творческой концепции продуктов и услуг в сфере арт-бизнеса и рекламы

2) **Уметь:**

- применять знания и базовые методы и технологии разработки концепций в творческих проектах в сфере арт-бизнеса и рекламы;
- использовать важнейшие технологические приемы и методы креативного проектирования в современном арт-бизнесе и рекламе.

3) **Владеть:**

- применять знания и базовые навыки, касающиеся разработки творческих концепций в арт-бизнесе и рекламных проектах;

- методами и технологиями креативной деятельности, совокупностью теоретических моделей, практических стандартов и техник создания креативных проектов в арт-бизнесе и рекламе.

Приобрести опыт деятельности:

в области разработки концепций и создания креативных проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

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

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	К	СР	
1.	Методология креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе	1		2	2		32	
2	Методики технологии креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе	2		2	2		32	
ВСЕГО: 72 (2)				4	4		64	Зачет

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

По заочной форме обучения

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

			е)
1	2	3	4
1 семестр	Раздел 1. Методология креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе		
Тема 1.1. Креативность как творческий процесс. Типология проектов.	<p><u>Лекции:</u> Креативность как творческий процесс. Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Креативные техники в творческом процессе (Алекс Осборн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I». Типология проектов. Основные характеристики проектной деятельности. Понятие о внеаудиторной самостоятельной работе студента по поиску информации для обеспечения проекта. Понятие об авторском праве. Необходимые условия для организации проектной деятельности.</p> <p><u>Самостоятельная работа</u> Работа над индивидуальным проектом. Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Поиск и анализ креативных идей для индивидуального креативного проекта. 2. Подготовка обоснования.</p>	2/0,05	
Тема 1.2. Методы активизации творческих идей при создании креативного продукта	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей. Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна, метод фокальных объектов и др. 2. Выбор методов разработки креативных идей индивидуального креативного проекта. 3. Работа над индивидуальным проектом.</p>	10/0,27	
Тема 1.3. Технологии разработки креативного брифа	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Виды творческих заданий. 2. Структура брифа. 3. Описание целевой аудитории. Основные характеристики ЦА: географические характеристики, демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики. Цели и задачи. 4. Понятие инсайта: условные типы инсайтов. 5. Рекламная идея и художественный образ. 6. Оценка креатива: шкала SIMPLE. 7. Работа над индивидуальным проектом</p>	12/0,33	
	Итого за семестр	36/2	

2 семестр	Раздел 2. Методики и технологии креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе		
Тема 2.1. Технологии креативного проектирования	<u>Лекции:</u> Принципы креативного конструирования. Технологии креативного проектирования. Визуальные технологии креативного проектирования. Этапы процесса организации креативной проектной деятельности. Организация креативной проектной деятельности.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1.Выбор технологий креативного проектирования для индивидуального креативного проекта. 2.Разработка плана создания индивидуального креативного проекта 3.Работа над индивидуальным креативным проектом.	8/0,2	
Тема 2.2. Методы создания и реализации креативного проекта	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1.Подготовка бизнес-плана креативного проекта. 2.Структура бизнес-плана. 3.Методы управления созданием креативного проекта. 4.Методы оценки эффективности креативного проекта. Выбор методов реализации индивидуального креативного проекта. 5.Организационный план реализации индивидуального креативного проекта 6. Работа над индивидуальным креативным проектом.	8/0,2	
Тема 2.3. Методы продвижения креативного проекта	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1.Виды и формы коммуникативного продвижения креативных проектов в арт-бизнесе и рекламе. 2.Медиапланирование коммуникативного продвижения креативного проекта. 3.Разработка медиаплана продвижения индивидуального креативного проекта. 4. Работа над индивидуальным креативным проектом.	8/0,2	
Тема 2.4. Методы презентации креативного проекта	<u>Практические занятия:</u> Работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: Работа над индивидуальным проектом. Подготовка презентации индивидуального креативного проекта. Защита индивидуального креативного проекта.	2/0,05	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к защите индивидуального креативного проекта.	8/0,2	
	Итого за семестр	36/2	
Вид итогового контроля	Зачет		
	ВСЕГО	72/2	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

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

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос,
- выполнение и защита практических работ;
- подготовка и защита презентаций

Рубежный контроль проводится по бально-рейтинговой системе

- выполнение и защита практических работ;
- подготовка и защита презентаций

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

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Вопросы для проведения текущего контроля:

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

15. средства интенсификации творческого мышления в креативном проектировании в арт-бизнесе и рекламе.

6.2.2. Вопросы к зачету по дисциплине:

1. Методология креативного проектирования в арт-бизнесе.
2. Методология креативного проектирования в рекламе.
3. Креатив в рекламе: специфика жанра.
6. Формы и функции креатива в арт-бизнесе.
7. Проблематика рекламного творчества.
8. Рекламный креатив как творчество.
9. Рекламный креатив: специфика проектно-конструкторской деятельности.
10. Иерархия структурных элементов креативной рекламы.
11. Иерархия продуктов рекламного креатива.
12. Управление творческим коллективом в арт-бизнесе и рекламе.
13. Барьеры творческого и критического мышления в арт-бизнесе и рекламе.
14. Общая схема разработки креативной идеи в арт-бизнесе и рекламе.
15. Выбор и оценка идеи: сортировка, оценка эффективности креативных проектов.
16. Стереотипы в области креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе.
17. Специальные техники рекламного конструирования.
18. Средства интенсификации творческого мышления в арт-бизнесе и рекламе.
19. Юмористические приемы в рекламной практике.
20. Общая классификация творческих приемов креативного проектирования в арт-бизнесе и рекламе.
21. Технологии разработки креативных проектов в арт-бизнесе и рекламе.
22. Технологии реализации креативных проектов в арт-бизнесе и рекламе.

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

7.1. Основная литература

1. Зенгин, С.С. Проекты и проектная деятельность в социокультурной сфере [Текст] : учеб. пособие / С. С. Зенгин. - Краснодар : КГИК, 2016. - 171 с. - ISBN 978-5-94825-223-0
2. Кудинова, А.В. Современная визуальная культура: фотография, реклама, Интернет [Текст] : учеб. пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подгот. 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки / А. В. Кудинова. - Краснодар, 2016. - 152 с. - ISBN 978-5-94825-228-5
3. Мартиросян, К.М. Основы социокультурного менеджмента [Текст] : учеб. пособие / К. М. Мартиросян, Л.В. Янковская. - Краснодар: КГИК, 2016. - 154 с. - ISBN 978-5-94825-219-3

4. Новаторов, В.Е. Социально-культурный маркетинг: история, теория, технология [Текст] : учеб. пособие / В. Е. Новаторов. - СПб. : Лань; Планета музыки, 2015. - 382 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - ISBN 978-5-8114-1771-1 (Изд-во «Лань»). - ISBN 978-5-91938-170-9 (Изд-во «Планета музыки»)
5. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422) (04.03.2017)

7.2. Дополнительная литература

1. Вылегжанина, А.О. Организационный инструментарий управление проектом: учебное пособие. – Мю-Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 312 с.
2. Руськин В.И. Социокультурная реабилитация студентов-инвалидов средствами искусства в процессе педагогической деятельности: Методические рекомендации. – Краснодар: КГИК, 2016. – 22 с.
3. Щетинская Н.Б. Адаптация студентов с ограниченными возможностями здоровья к условиям обучения в вузе культуры: Методические рекомендации для преподавателей. – Краснодар: КГИК, 2016. – 42 с.
4. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: Методические рекомендации для студентов. – Краснодар: КГИК, 2016. – 28 с.

7.3. Периодические издания

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

7.4. Интернет-ресурсы

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

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

- В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:
- аудиторная;
 - внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебною материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и

инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

Проработать конспект лекций;

Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;

Ответить на вопросы плана семинарского занятия;

Выполнить домашнее задание;

Проработать тестовые задания и задачи;

При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций

Кейс (в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

Типы кейсов:

Структурированный (highly structured) кейс, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.

Маленькие наброски (short vignettes) содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.

Большие неструктурированные кейсы (long unstructured cases) объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.
2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- - аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____ ;
- _____ ;
- _____ .
- _____ .

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы

Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

/	/	/	/
(должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)
/	/	/	/
(должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)

Заведующий кафедрой

/	/	/
Наименование кафедры	(подпись)	(Ф.И.О.)
		(дата)