

УТВЕРЖДАЮ

Директор

АНО ВО «Универсальный Университет»

_____ Е.В.Черкес-заде

“ ____ ” _____ 2024 г.

Факультет бизнеса и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Экономическая среда бизнеса в сфере креативных индустрий

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль) подготовки:	Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

Рабочая программа дисциплины «Основы психологии» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527

Составители рабочей программы:

Дизайнер образовательных программ Департамента академического качества – Н.Е. Зайцева

СОГЛАСОВАНО:

Директор программ высшего образования _____ М.Е.Левин

Руководитель Департамента академического качества _____ А.Н.Селиванов

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Цель дисциплины - помочь студентам понять особенности экономической среды, в которой функционируют организации в сфере креативных индустрий, и освоить инструменты анализа этой среды для эффективного управления бизнесом.

1.2. Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- Изучение основ экономической теории и их применение к креативным индустриям.
- Анализ основных экономических процессов и явлений в сфере креативных индустрий.
- Оценка влияния экономических факторов на развитие бизнеса в данной сфере.
- Изучение методов анализа конкурентной среды и формирование стратегий бизнеса на основе этих данных.
- Разработка навыков принятия экономически обоснованных управленческих решений в условиях неопределенности и изменчивости рынка креативных индустрий.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебный план по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях и относится к обязательной части учебного плана.

Дисциплина изучается на 1-2 курсах в 2-3 семестрах.

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ОПК-1.1.; ОПК-1.2.; ОПК-2.1.; ОПК-3.1.; ОПК-4.1.; ОПК-4.3.; ПК-1.3.; ПК-2.1.; ПК-2.3.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		знать	Уметь	Иметь практический опыт
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает принципы и структуру создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Выполняет медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного	-понимание основных принципов создания медиатекстов и медиапродуктов, знание структуры коммуникационных продуктов -знание норм русского и иностранного языков, особенностей знаковых систем.	-способность применять принципы создания медиатекстов и медиапродуктов на практике. -способность создавать медиатексты и медиапродукты с учетом языковых и культурных особенностей	-опыт работы с медийными форматами и коммуникационными продуктами. -опыт работы с различными языками и знаковыми системами в контексте создания медиапродуктов

	языков, особенностями иных знаковых систем			
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает современные тенденции развития общественных и государственных институтов	- знание основных тенденций развития общественных и государственных институтов	- способность анализировать и оценивать современные изменения в общественных и государственных структурах	- опыт исследования и анализа современной политической и социальной ситуации
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Осуществляет сбор, анализ и обработку многообразия достижений отечественной и мировой культуры	- знание основных достижений отечественной и мировой культуры	- способность анализировать и интерпретировать культурные явления	- опыт работы с культурными материалами и исследованиями
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.3. Принимает участие в формулировании ответов на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	- понимание запросов и потребностей общества и аудитории - знание методов формулирования ответов на запросы и потребности аудитории.	- способность анализировать и реагировать на запросы и потребности аудитории - способность принимать участие в разработке ответов на запросы аудитории	- опыт работы с аудиторией и профессиональными запросами - опыт работы над профессиональными ответами на запросы общества и аудитории
ПК-1 Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ПК-1.3. Разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг	- знание методов анализа рынка товаров и услуг	- способность разрабатывать техническое задание для маркетингового исследования	- опыт проведения анализа конъюнктуры рынка и разработки технических заданий
ПК-2 Способен подготовить решения по управлению проектом в сфере креативных индустрий	ПК-2.1. Осуществляет сбор, анализ информации и подготовку предложений по инициированию и планированию проекта в сфере	- знание методов сбора и анализа информации для планирования проектов в креативных индустриях	- способность оценивать информацию и разрабатывать предложения по проектам - способность участвовать в	- опыт работы с анализом информации и планированием проектов в креативных индустриях - опыт работы с инвестициями и финансовым управлением в креативных индустриях

	креативных индустрий ПК-2.3. Участвует в составлении и реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий	- знание основ инвестиционного и финансового планирования	разработке и реализации финансовых планов проектов	
--	---	---	--	--

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. 2 семестр:

Вид учебной работы	Всего часов в соответствии с учебным планом
Аудиторная работа, в том числе:	32
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные работы (практикумы)	0
Самостоятельная работа	76
Контроль:	-
Зачет	Зачет
ИТОГО:	108

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. 3 семестр:

Вид учебной работы	Всего часов в соответствии с учебным планом
Аудиторная работа, в том числе:	34
Лекции	16
Практические занятия	18
Лабораторные работы (практикумы)	0
Самостоятельная работа	68
Контроль:	42
Экзамен	Экзамен (КР)
ИТОГО:	144

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ темы	Наименование темы дисциплины	Количество часов контактной работы		
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия
Тема 1.	Введение в экономическую среду креативных индустрий	2		
Тема 2.	Основы экономической теории и их применение в креативных индустриях	2		
Тема 3.	Специфика рынка креативных индустрий	2		

Тема 4.	Методы анализа экономической среды в сфере креативных индустрий			2
Тема 5.	Экономические процессы и явления в креативных индустриях	2		2
Тема 6.	Финансовые аспекты управления бизнесом в креативных секторах	2		2
Тема 7.	Влияние глобализации на креативные индустрии	2		2
Тема 8.	Конкурентная среда и стратегии управления бизнесом в креативных индустриях	2		
Тема 9.	Инновации и технологические изменения в креативных сферах			2
Тема 10.	Маркетинговые аспекты в креативных индустриях	2		
Тема 11.	Управление человеческими ресурсами в бизнесе креативных индустрий			2
Тема 12.	Экономические аспекты устойчивого развития в креативных секторах			2
Тема 13.	Правовые аспекты в сфере креативных индустрий			2
Тема 14.	Роль государства в развитии креативных индустрий	2		
Тема 15.	Экономический анализ и планирование в креативных сферах			2
Тема 16.	Кейс-стади и практические примеры из креативных индустрий			2
Тема 17.	Экономический анализ рисков в креативных индустриях	2		
Тема 18.	Финансовое планирование и управление бюджетом в креативных секторах	2		
Тема 19.	Стратегии международного бизнеса в креативных индустриях	2		
Тема 20.	Экономические аспекты управления интеллектуальной собственностью в креативных сферах			2
Тема 21.	Влияние социокультурных факторов на бизнес в креативных индустриях	2		
Тема 22.	Экономические модели и теории принятия управленческих решений в креативных секторах			2
Тема 23.	Цифровая экономика и ее роль в развитии креативных индустрий			2
Тема 24.	Экономические аспекты международной торговли в сфере креативных индустрий			2
Тема 25.	Управление проектами в креативных областях			2
Тема 26.	Экономика творчества и инновации в сфере креативных индустрий	2		

Тема 27.	Экономический анализ структуры и динамики креативных рынков	2		
Тема 28.	Влияние экологических факторов на бизнес в креативных индустриях	2		2
Тема 29.	Экономические аспекты управления изменениями в креативных секторах			2
	Всего:	32		34
	Контроль:	42		

5.2. Тематический план изучения дисциплины

Тема 1. Введение в экономическую среду креативных индустрий:

- Эта тема вводит студентов в особенности экономической среды креативных индустрий, объясняет основные понятия и характеристики данной сферы.

Тема 2. Основы экономической теории и их применение в креативных индустриях:

- Рассматриваются основные экономические теории и их применение в контексте креативных индустрий, позволяя студентам понять эти теории на практике.

Тема 3. Специфика рынка креативных индустрий:

- Анализируется специфика рынка креативных индустрий, включая особенности спроса, предложения, конкуренции и другие факторы, влияющие на бизнес в данной сфере.

Тема 4. Методы анализа экономической среды в сфере креативных индустрий:

- Рассматриваются различные методы анализа экономической среды в креативных секторах, такие как SWOT-анализ, PESTEL-анализ и другие, для оценки внешних и внутренних факторов.

Тема 5. Экономические процессы и явления в креативных индустриях:

- Изучаются основные экономические процессы и явления, которые характерны для креативных индустрий, такие как ценообразование, инвестиции, инфляция и другие.

Тема 6. Финансовые аспекты управления бизнесом в креативных секторах:

- Рассматривается роль финансов в управлении бизнесом в сфере креативных индустрий, включая финансовое планирование, учет, анализ финансовых показателей и принятие финансовых решений.

Тема 7. Влияние глобализации на креативные индустрии:

- Анализируется влияние процессов глобализации на креативные индустрии, включая международную торговлю, культурный обмен, конкуренцию и другие аспекты.

Тема 8. Конкурентная среда и стратегии управления бизнесом в креативных индустриях:

- Рассматривается конкурентная среда в креативных секторах и различные стратегии управления бизнесом, направленные на достижение конкурентных преимуществ.

Тема 9. Инновации и технологические изменения в креативных сферах:

- Изучаются инновации и технологические изменения в креативных индустриях, их роль в развитии бизнеса и стратегии внедрения новых технологий.

Тема 10. Маркетинговые аспекты в креативных индустриях:

- Анализируются особенности маркетинга в креативных сферах, стратегии продвижения продукции и услуг, взаимодействие с потребителями и другие аспекты.

Тема 11. Управление человеческими ресурсами в бизнесе креативных индустрий:

- Рассматривается роль и значение управления человеческими ресурсами в креативных секторах, методы мотивации персонала, развитие команд и другие аспекты HR-менеджмента.

Тема 12. Экономические аспекты устойчивого развития в креативных секторах:

- Изучаются экономические аспекты устойчивого развития в креативных индустриях, включая экологические, социальные и экономические аспекты устойчивого бизнеса.

Тема 13. Правовые аспекты в сфере креативных индустрий:

- Рассматривается роль правовых норм и законодательства в креативных сферах, защита интеллектуальной собственности, контрактные отношения и другие правовые аспекты.

Тема 14. Роль государства в развитии креативных индустрий:

- Анализируется влияние государственной политики на развитие креативных индустрий, меры поддержки бизнеса, налоговая политика и другие аспекты.

Тема 15. Экономический анализ и планирование в креативных сферах:

- Изучаются методы экономического анализа и планирования в креативных индустриях, разработка бизнес-планов, анализ финансовых показателей и принятие управленческих решений.

Тема 16. Кейс-стади и практические примеры из креативных индустрий:

- Анализируются кейс-стади и практические примеры из креативных индустрий, для понимания конкретных ситуаций и применения теоретических знаний на практике.

Тема 17. Экономический анализ рисков в креативных индустриях:

- Рассматриваются методы анализа рисков в креативных секторах, оценка финансовых, операционных и других видов рисков для разработки стратегий их управления

Тема 8. Финансовое планирование и управление бюджетом в креативных секторах:

- Изучаются методы финансового планирования и управления бюджетом в креативных секторах, разработка бюджетов, контроль расходов и управление финансами.

Тема 19. Стратегии международного бизнеса в креативных индустриях:

- Анализируются стратегии развития международного бизнеса в креативных сферах, включая экспорт, внешние инвестиции, международное партнерство и другие аспекты.

Тема 20. Экономические аспекты управления интеллектуальной собственностью в креативных сферах:

- Рассматривается управление интеллектуальной собственностью в креативных индустриях, защита авторских прав, патентов, товарных знаков и другие аспекты.

Тема 21. Влияние социокультурных факторов на бизнес в креативных индустриях:

- Анализируется влияние социокультурных факторов на бизнес в креативных секторах, включая культурные предпочтения, требования потребителей, тенденции рынка и другие аспекты.

Тема 22. Экономические модели и теории принятия управленческих решений в креативных секторах:

- Изучаются экономические модели и теории принятия управленческих решений в креативных индустриях, для разработки оптимальных стратегий и тактик управления.

Тема 23. Цифровая экономика и ее роль в развитии креативных индустрий:

- Рассматривается роль цифровой экономики в развитии креативных индустрий, цифровые технологии, электронная коммерция, маркетинг и другие аспекты цифровизации бизнеса.

Тема 24. Экономические аспекты международной торговли в сфере креативных индустрий:

- Анализируются экономические аспекты международной торговли в креативных сферах, таможенные процедуры, международные контракты, валютные операции и другие аспекты.

Тема 25. Управление проектами в креативных областях:

- Изучаются особенности управления проектами в креативных сферах, методы планирования, контроля, координации и оценки проектов в данной области.

Тема 26. Экономика творчества и инновации в сфере креативных индустрий:

- Рассматривается экономика творчества и инновации в креативных индустриях, роль креативности в развитии бизнеса, создание и внедрение инноваций.

Тема 27. Экономический анализ структуры и динамики креативных рынков:

- Изучаются методы экономического анализа структуры и динамики креативных рынков, оценка конкуренции, спроса, предложения и других факторов.

Тема 28. Влияние экологических факторов на бизнес в креативных индустриях:

- Анализируется влияние экологических факторов на бизнес в креативных секторах, устойчивое использование ресурсов, энергоэффективность, экологическая ответственность и другие аспекты.

Тема 29. Экономические аспекты управления изменениями в креативных секторах:

- Рассматривается управление изменениями в креативных индустриях, стратегии изменений, управление изменениями в организациях, коммуникация и другие аспекты управления изменениями.

5.3. Текущий контроль успеваемости по разделам дисциплины

Введение в экономическую среду креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Основы экономической теории и их применение в креативных индустриях	Устный опрос, практические задания
Специфика рынка креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Методы анализа экономической среды в сфере креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Экономические процессы и явления в креативных индустриях	Устный опрос, практические задания
Финансовые аспекты управления бизнесом в креативных секторах	Устный опрос, практические задания

Влияние глобализации на креативные индустрии	Устный опрос, практические задания
Конкурентная среда и стратегии управления бизнесом в креативных индустриях	Устный опрос, практические задания
Инновации и технологические изменения в креативных сферах	Устный опрос, практические задания
Маркетинговые аспекты в креативных индустриях	Устный опрос, практические задания
Управление человеческими ресурсами в бизнесе креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Экономические аспекты устойчивого развития в креативных секторах	Устный опрос, практические задания
Правовые аспекты в сфере креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Роль государства в развитии креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Экономический анализ и планирование в креативных сферах	Устный опрос, практические задания
Кейс-стади и практические примеры из креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Экономический анализ рисков в креативных индустриях	Устный опрос, практические задания
Финансовое планирование и управление бюджетом в креативных секторах	Устный опрос, практические задания
Стратегии международного бизнеса в креативных индустриях	Устный опрос, практические задания
Экономические аспекты управления интеллектуальной собственностью в креативных сферах	Устный опрос, практические задания
Влияние социокультурных факторов на бизнес в креативных индустриях	Устный опрос, практические задания
Экономические модели и теории принятия управленческих решений в креативных секторах	Устный опрос, практические задания
Цифровая экономика и ее роль в развитии креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Экономические аспекты международной торговли в сфере креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Управление проектами в креативных областях	Устный опрос, практические задания
Экономика творчества и инновации в сфере креативных индустрий	Устный опрос, практические задания
Экономический анализ структуры и динамики креативных рынков	Устный опрос, практические задания
Влияние экологических факторов на бизнес в креативных индустриях	Устный опрос, практические задания
Экономические аспекты управления изменениями в креативных секторах	Устный опрос, практические задания

5.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (изучение теоретического курса)

- Какова роль экономической среды в развитии креативных индустрий?
- Какие основные экономические принципы влияют на успешную деятельность в креативных индустриях?
- Каковы основные экономические инструменты анализа в креативной сфере?
- Каковы основные модели бизнеса в креативных индустриях?
- Какие тенденции и вызовы существуют в экономической среде креативных индустрий?
- Каким образом инновации и технологии влияют на экономическую среду креативных индустрий?
- Какова роль государственной поддержки в развитии креативных индустрий?
- Каким образом конкуренция влияет на эффективность деятельности в креативных индустриях?
- Какова роль маркетинга и рекламы в развитии бизнеса в креативных индустриях?
- Какие факторы влияют на принятие решения о вложении капитала в креативные проекты?
- Каким образом экономическая политика государства влияет на развитие креативных индустрий?
- Каким образом социокультурные тенденции влияют на экономическую среду креативных индустрий?
- Каковы основные принципы управления ресурсами в креативных индустриях?
- Каким образом можно оценить экономическую эффективность проектов в креативной сфере?
- Каковы основные стратегии развития бизнеса в креативных индустриях?

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. Гумерова, Г. И. Управление интеллектуальной собственностью : учебное пособие для вузов / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17666-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533503> (дата обращения: 02.07.2024).
2. Коленько, С. Г. Менеджмент в социально-культурной сфере : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. Г. Коленько. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01181-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537199>
3. Хворостяная, А. С. Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556347>

6.2. Дополнительная литература

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535931>
2. Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 248 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544032>
3. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789>.

6.3. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

- ЭБС «Znanium» <https://znanium.com>
- ЭБС «Университетская библиотека «Online» <http://biblioclub.ru>
- ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru/>
- ЭБС «Кнорус» <https://book.ru>
- Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». <http://www.aup.ru>
- Российская государственная библиотека www.rsl.ru
- Сайт «Корпоративный менеджмент». <http://www.cfin.ru>
- Сайт информационно-правовой системы «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
- Федеральный образовательный портал Экономика, Социология, Менеджмент <http://ecsocman.hse.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебная аудитория для проведения практических занятий	Основное оборудование: Интерактивная доска, учебная мебель (столы и стулья для обучающихся), стол, стул преподавателя технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)
---	---

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий	Основное оборудование: доска, учебная мебель, стол, стул преподавателя технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)
Учебная аудитория для проведения промежуточной аттестации	Основное оборудование: Интерактивная доска, учебная мебель (столы и стулья для обучающихся), стол, стул преподавателя, персональные компьютеры для обучающихся технические средства обучения: персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, колонки)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Основное оборудование: Оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

7.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Формы и методы преподавания дисциплины

Например:

Используемые формы и методы обучения: лекции и практические занятия, самостоятельная работа студентов, деловые игры, кейсы.

В процессе преподавания дисциплины преподаватель использует как классические формы и методы обучения (прежде всего лекции и практические занятия), так и активные методы обучения (деловые игры, различные виды кейсов и др.) - применение любой формы (метода) обучения предполагает также использование новейших IT-обучающих технологий, включая электронную информационную образовательную среду (виртуальный класс преподавателя по данной дисциплине).

При проведении лекционных занятий преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования, при необходимости - с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

8.2. Методические рекомендации преподавателю

Перед началом изучения дисциплины преподаватель должен ознакомить студентов с видами учебной и самостоятельной работы, перечнем литературы и интернет-ресурсов, формами текущей и промежуточной аттестации, с критериями оценки качества знаний для итоговой оценки по дисциплине.

При проведении лекций, преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) излагает основные теоретические положения;
- 3) с помощью мультимедийного оборудования и/или под запись дает определения основных понятий, расчетных формул;
- 4) проводит примеры из отечественного и зарубежного опыта, дает текущие статистические данные для наглядного и образного представления изучаемого материала;
- 5) в конце занятия дает вопросы для самостоятельного изучения.

При проведении практических занятий, преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) предлагает студентам ответить на вопросы, вынесенные на практическое занятие;
- 3) организует дискуссию по наиболее сложным вопросам;
- 4) предлагает студентам провести обобщение изученного материала.

В случае проведения аудиторных занятий (как лекций, так и практических занятий) с использованием активных методов обучения (деловых игр, кейсов, мозговых атак, игрового проектирования и др.) преподаватель:

- 1) предлагает студентамделиться на группы;
- 2) предлагает обсудить сформулированные им проблемы согласно теме лекции (практического занятия), раскрывая актуальность проблемы и ее суть, причины, ее вызывающие, последствия и пути решения;
- 3) организует межгрупповую дискуссию;
- 4) проводит обобщение с оценкой результатов работы студентов в группах и полученных основных выводов и рекомендаций по решению поставленных проблем.

Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж (консультацию) с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня источников и литературы.

Для оценки полученных знаний и освоения учебного материала по каждому разделу и в целом по дисциплине преподаватель использует формы текущего, промежуточного и итогового контроля знаний обучающихся.

8.3. Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы.

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

При подготовке к аудиторным занятиям, непосредственно в ходе проведения лекций и практических занятий, а также в ходе самостоятельной работы студенты должны пользоваться учебной литературой (согласно утвержденному перечню основной и дополнительной литературы по данному курсу), учебно-методическими материалами (включая данную рабочую программу), которые размещены в электронной информационно-образовательной среде.

ИЗУЧЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО КУРСА

Правила конспектирования

Конспект является письменным текстом, в котором кратко и последовательно изложено содержание основного источника информации. Конспектировать – значит приводить к некоему порядку сведения, почерпнутые из оригинала. В основе процесса лежит систематизация прочитанного или услышанного. Записи могут делаться как в виде точных выдержек, цитат, так и в форме свободной подачи смысла. Манера написания конспекта, как правило, близка к стилю первоисточника. Если конспект составлен правильно, он должен отражать логику и смысловую связь записываемой информации.

В хорошо сделанных записях можно с легкостью обнаружить специализированную терминологию, понятно растолкованную и четко выделенную для запоминания значений различных слов. Используя законспектированные сведения, легче создавать значимые творческие или научные работы, различные рефераты и статьи.

Виды конспектов:

Нужно уметь различать конспекты и правильно использовать ту категорию, которая лучше всего подходит для выполняемой работы.

- **ПЛАНОВЫЙ.** Такой вид изложения на бумаге создается на основе заранее составленного плана материала, состоит из определенного количества

пунктов (с заголовками) и подпунктов. В процессе конспектирования каждый заголовок раскрывается – дополняется коротким текстом, в конечном итоге получается стройный план-конспект. Именно такой вариант больше всего подходит для срочной подготовки к публичному выступлению или семинару. Естественно, чем последовательнее будет план (его пункты должны максимально раскрывать содержание), тем связаннее и полноценнее будет ваш доклад. Специалисты рекомендуют наполнять плановый конспект пометками, в которых будут указаны все используемые вами источники, т. к. со временем трудно восстановить их по памяти.

- **СХЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАНОВЫЙ.** Эта разновидность конспекта выглядит так: все пункты плана представлены в виде вопросительных предложений, на которые нужно дать ответ. Изучая материал, вы вносите короткие пометки (2–3 предложения) под каждый пункт вопроса. Такой конспект отражает структуру и внутреннюю взаимосвязь всех сведений и способствует хорошему усвоению информации.

- **ТЕКСТУАЛЬНЫЙ.** Подобная форма изложения насыщеннее других и составляется из отрывков и цитат самого источника. К текстуальному конспекту можно легко присоединить план, либо наполнить его различными тезисами и терминами. Он лучше всего подходит тем, кто изучает науку или литературу, где цитаты авторов всегда важны. Однако такой конспект составить непросто. Нужно уметь правильно отделять наиболее значимые цитаты таким образом, чтобы в итоге они дали представление о материале в целом.

- **ТЕМАТИЧЕСКИЙ.** Такой способ записи информации существенно отличается от других. Суть его – в освещении какого-нибудь определенного вопроса; при этом используется не один источник, а несколько. Содержание каждого материала не отражается, ведь цель не в этом. Тематический конспект помогает лучше других анализировать заданную тему, раскрывать поставленные вопросы и изучать их с разных сторон. Однако будьте готовы к тому, что придется переработать немало литературы для полноты и целостности картины, только в этом случае изложение будет обладать всеми достоинствами.

- **СВОБОДНЫЙ.** Этот вид конспекта предназначен для тех, кто умеет использовать сразу несколько способов работы с материалом. В нем может содержаться что угодно – выписки, цитаты, план и множество тезисов. Вам потребуется умение быстро и лаконично излагать собственную мысль, работать с планом, авторскими цитатами. Считается, что подобное фиксирование сведений является наиболее целостным и полновесным.

Правила конспектирования

1. Внимательно прочитайте текст. Попутно отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

2. Наведите справки о лицах, событиях, упомянутых в тексте. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля.

3. При первом чтении текста составьте простой план. При повторном чтении постарайтесь кратко сформулировать основные положения текста, отметив аргументацию автора.

4. Заключительный этап конспектирования состоит из перечитывания ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

5. При конспектировании надо стараться выразить авторскую мысль своими словами.

6. Стремитесь к тому, чтобы один абзац авторского текста был передан при конспектировании одним, максимум двумя предложениями.

При конспектировании лекций рекомендуется придерживаться следующих основных правил.

1. Не начинайте записывать материал с первых слов преподавателя, сначала выслушайте его мысль до конца и постарайтесь понять ее.

2. Приступайте к записи в тот момент, когда преподаватель, заканчивая изложение одной мысли, начинает ее комментировать.

3. В конспекте обязательно выделяются отдельные части. Необходимо разграничивать заголовки, подзаголовки, выводы, обособлять одну тему от другой. Выделение можно делать подчеркиванием, другим цветом (только не следует превращать текст в пестрые картинки). Рекомендуется делать отступы для обозначения абзацев и пунктов плана, пробельные строки для отделения одной мысли от другой, нумерацию. Если определения, формулы, правила, законы в тексте можно сделать более заметными, их заключают в рамку. Со временем у вас появится своя система выделений.

4. Создавайте ваши записи с использованием принятых условных обозначений. Конспектируя, обязательно употребляйте разнообразные знаки (их называют сигнальными). Это могут быть указатели и направляющие стрелки, восклицательные и вопросительные знаки, сочетания PS (послесловие) и NB (обратить внимание). Например, слово «следовательно» вы можете обозначить математической стрелкой \Rightarrow . Когда вы выработаете свой собственный знаковый набор, создавать конспект, а после и изучать его будет проще и быстрее.

5. Не забывайте об аббревиатурах (сокращенных словах), знаках равенства и неравенства, больше и меньше.

6. Большую пользу для создания правильного конспекта дают сокращения. Однако будьте осмотрительны. Знатоки считают, что сокращение типа «д-ть» (думать) и подобные им использовать не следует, так как впоследствии большое количество времени уходит на расшифровку, а ведь чтение конспекта не должно прерываться посторонними действиями и размышлениями. Лучше всего разработать собственную систему сокращений и обозначать ими во всех записях одни и те же слова (и не что иное). Например, сокращение «г-ть» будет всегда и везде словом «говорить», а большая буква «Р» – словом «работа».

7. Бесспорно, организовать хороший конспект помогут иностранные слова. Наиболее применяемые среди них – английские. Например, сокращенное «ок» успешно обозначает слова «отлично», «замечательно», «хорошо».

8. Нужно избегать сложных и длинных рассуждений.

9. При конспектировании лучше пользоваться повествовательными предложениями, избегать самостоятельных вопросов. Вопросы уместны на полях конспекта.

10. Не старайтесь зафиксировать материал дословно, при этом часто теряется главная мысль, к тому же такую запись трудно вести. Отбрасывайте второстепенные слова, без которых главная мысль не теряется.

11. Если в лекции встречаются непонятные вам термины, оставьте место, после занятий уточните их значение у преподавателя.

САМОПОДГОТОВКА К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами. Часто незнание терминологии мешает воспринимать материал на теоретических и лабораторно-практических занятиях на должном уровне. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике или предложенные в данных методических рекомендациях.

Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».

Заучите «рабочие определения» основных понятий, законов.

Освоив теоретический материал, приступайте к выполнению заданий, упражнений; решению задач, расчетов самостоятельной работы, составлению графиков, таблиц и т.д.

**ВЫПОЛНЕНИЕ ПИСЬМЕННОГО ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ
(РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ, КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА,
ЗАПОЛНЕНИЕ РАБОЧЕЙ ТЕТРАДИ, ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ,
ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ПР.)**

Общие рекомендации

Внимательно прочитайте материал по конспекту, составленному на учебном занятии.

Прочитайте тот же материал по учебнику, учебному пособию.

Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами. Часто незнание терминологии мешает воспринимать материал на теоретических и лабораторно-практических занятиях на должном уровне.

Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике или предложенные в данных методических рекомендациях.

Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».

Заучите «рабочие определения» основных понятий, законов.

Освоив теоретический материал, приступайте к выполнению заданий, упражнений; решению задач, расчетов самостоятельной работы, составлению графиков, таблиц, презентаций и т.д.

Порядок решения кейсов

При решении кейса студенты должны:

1) представить рассуждение по поводу: необходимости дополнительных данных и источников их получения; прогнозов относительно субъектов и/или причин возникновения ситуации;

2) продемонстрировать умения использовать системный подход, ситуативный подход, широту взглядов на проблему;

3) подготовить программу действий, направленную на реализацию, например, аналитического метода решения проблемы: проанализировать все доступные данные, превратить их в информацию; определить проблему; прояснить и согласовать цели; выдвинуть возможные альтернативы; оценить варианты и выбрать один из них.

Независимо от природы, предоставленного кейса, студентам нужно будет:

1. «Проанализировать» его: выявить, что и почему происходит, что может произойти и почему.
2. Объяснить ситуацию.
3. Оценить уже принятые меры.
4. Обсудить возможные будущие действия и сравнить их возможную эффективность.

Методика решения кейсов

1. Понимание задачи

Одно из ваших первых обязательных действий — понять, что от вас требуется:

- усвоение какой учебной темы предполагает решение кейса;
- какого рода требуется результат;
- должны ли вы дать оценку тому, что произошло, или рекомендации в отношении того, что должно произойти;
- если требуется прогноз, на какой период времени вы должны разработать подробный план действий;
- какая форма презентации требуется, каковы требования к ней;
- сколько времени вы должны работать с кейсом?

2. Просмотр кейса

После того как вы узнали, каких действий от вас ждут, вы должны «почувствовать» ситуацию кейса:

- просмотрите его содержание, стараясь понять основную идею и вид предоставленной вам информации;
- если возникают вопросы, или рождаются важные мысли, или кажутся подходящими те или иные концепции курса, прочитав текст до конца, выпишите их;
- после этого прочтите кейс медленнее, отмечая маркером или записывая пункты, которые кажутся существенными.

3. Составление описания как путь изучения ситуации и определения тем.

При просмотре кейса вам необходимо:

- структурировать ситуацию, оценивая одни аспекты как важные, а другие как несущественные;
- определить и отобразить все моменты, которые могли иметь отношение к ситуации. Из них вы сможете построить систему взаимосвязанных проблем, которые сделали ситуацию заслуживающей анализа;
- рассмотреть факторы, находящиеся вне прямого контекста проблемы, так как они могут быть чрезвычайно важны;
- выделить «темы» — связанные группы факторов, которые могут воздействовать на каждый аспект ситуации. Например, одна их часть может иметь дело с воспринимаемым низким качеством, другая — с поведением конкурента;

● опишите ситуацию (сравнивайте свои действия с поведением адвоката, расспрашивающего клиента, или врача, интересующегося у пациента его состоянием), ответив на вопросы:

- Кто считает, что проблема, и почему?
- На каком основании базируется мнение этих людей?
- Что происходит (или не происходит), когда и где?
- Какие связанные с происходящим вещи не являются проблемными и почему?
- Что составляет более широкий контекст существующей ситуации?
- Кто или что может влиять на проблемную ситуацию?
- Есть ли другие заинтересованные лица, и кто они?
- Каковы сдерживающие факторы, ограничивающие «пространстворешения»?

4. Диагностическая стадия

Диагностическая стадия — одна из тех, к которым вы должны приложить максимум усилий, хотя ее успех зависит от эффективности предыдущих стадий:

- вспомните изученные вами ранее темы и проведите по ним мозговой штурм для выявления потенциально соответствующих кейсу теоретических знаний;
- вертикально структурируйте вопрос, начиная с тех, которые касаются отдельных работников, затем группы или подразделения, организации в целом и, наконец, окружающей среды. Таким образом, вы сможете создать матрицу основных вопросов и связанных с ними проблем и подумать о соответствующих концепциях для каждого «уровня».
- изучите обстоятельства возникновения ситуации;
- не забывайте возвращаться к информации кейса и более внимательно рассматривать факторы, ставшие важными в ходе диагностики. Вам нужно будет предъявить доказательства в поддержку вашего диагноза.
- отделяйте доказательства от предположений, факты от мнений и ставьте перед собой два вопроса: до какой степени вы уверены в правильности своих представлений и до какой степени их правильность важна для вашего диагноза.

5. Формулировка проблем

На этой стадии очень полезно:

- письменно сформулировать восприятие основных проблем. Формулировка проблем окажется базисной точкой для последующих обсуждений;
- при наличии нескольких проблем полезно установить их приоритетность, используя следующие критерии: важность — что произойдет, если эта проблема не будет решена; срочность — как быстро нужно решить эту проблему; иерархическое положение — до какой степени эта проблема является причиной других проблем; разрешимость — можете ли вы сделать что-либо для ее решения.

6. Выбор критериев решения проблемы

Сразу после выяснения структуры проблемы следует подумать о критериях выбора решений. В определенном смысле структура и определит критерии. Например, если выяснилось, что самая серьезная проблема связана с корпоративной культурой, тогда решения должны будут повлиять на ее улучшение. Но если существуют также финансовые проблемы, тогда будут критерии выбора, связанные и с ними.

7. Генерирование альтернатив

Достигнув ясного понимания своих целей, приняв решение о том, к каким областям проблемы вы хотите обратиться, и, имея достаточную уверенность, что проанализировали основные причины возникновения проблемы, вы должны обдумать возможные дальнейшие пути. Важно разработать достаточно широкий круг вариантов, опираясь на известные или изучаемые концепции, чтобы предложить лучшие способы действий, опыт решения других кейсов, креативные методы (мозговой штурм, аналогия и метафора, синектика и др.).

8. Оценка вариантов и выбор наиболее подходящего

На стадии выбора вариантов определите критерии предпочтительности варианта. Критерии выбора варианта должны быть основаны на том, в какой мере они способствуют решению проблемы в целом, а также по признакам выполнимости, быстроты, эффективности, экономичности. Каждый из критериев необходимо проанализировать с позиций всех групп интересов. При оценке вариантов вы должны подумать о том, как они будут воздействовать не только на центральную проблему, но и на всю ситуацию в целом. Определите вероятные последствия использования ваших вариантов.

9. Презентация выводов

Роль студента:

- изучить учебную информацию по теме;
- провести системно — структурированный анализ содержания темы;
- выделить проблему, имеющую интеллектуальное затруднение, согласовать с преподавателем;
- дать обстоятельную характеристику условий задачи;
- критически осмыслить варианты и попытаться их модифицировать (упростить в плане избыточности);
- выбрать оптимальный вариант (подобрать известные и стандартные алгоритмы действия) или варианты разрешения проблемы (если она не стандартная).

Порядок подготовки презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов - то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы). Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов адекватно содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки:

- 1 стратегия: на слайды выносятся опорный конспект выступления и ключевые слова с тем, чтобы пользоваться ими как планом для выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:
 - объем текста на слайде – не больше 7 строк;
 - маркированный/нумерованный список содержит не более 7 элементов;

- отсутствуют знаки пунктуации в конце строк в маркированных и нумерованных списках;
- значимая информация выделяется с помощью цвета, кегля, эффектов анимации.

Особо внимательно необходимо проверить текст на отсутствие ошибок и опечаток. Основная ошибка при выборе данной стратегии состоит в том, что выступающие заменяют свою речь чтением текста со слайдов.

● 2 стратегия: на слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

- выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию;
- использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением (как правило, никто из присутствующих не заинтересован вчитываться в текст на ваших слайдах и всматриваться в мелкие иллюстрации);
- максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому);
- наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Основная ошибка при выборе данной стратегии – «соревнование» со своим иллюстративным материалов (аудитории не предоставляется достаточно времени, чтобы воспринять материал на слайдах). Обычный слайд, без эффектов анимации должен демонстрироваться на экране не менее 10 - 15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеет осознать содержание слайда. Если какая-то картинка появилась на 5 секунд, а потом тут же сменилась другой, то аудитория будет считать, что докладчик ее подгоняет. Обратного (позитивного) эффекта можно достигнуть, если докладчик пролистывает множество слайдов со сложными таблицами и диаграммами, говоря при этом «Вот тут приведен разного рода вспомогательный материал, но я его хочу пропустить, чтобы не перегружать выступление подробностями». Правда, такой прием делать в начале и в конце презентации – рискованно, оптимальный вариант – в середине выступления.

Если на слайде приводится сложная диаграмма, ее необходимо предварить вводными словами (например, «На этой диаграмме приводится то-то и то-то, зеленым отмечены показатели А, синим – показатели Б»), с тем, чтобы дать время аудитории на ее рассмотрение, а только затем приступить к ее обсуждению. Каждый слайд, в среднем должен находиться на экране не меньше 40 – 60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Подумайте, не отвлекайте ли вы слушателей своей же презентацией? Яркие краски, сложные цветные построения, излишняя анимация, выпрыгивающий текст или иллюстрация — не самое лучшее дополнение к научному докладу. Также нежелательны звуковые эффекты в ходе демонстрации презентации. Наилучшими являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Неконтрастные слайды будут смотреться тусклыми и невыразительными, особенно в светлых аудиториях. Для лучшей ориентации в презентации по ходу выступления лучше пронумеровать слайды. Желательно, чтобы на слайдах оставались поля, не менее 1 см с каждой стороны. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями). Использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы). Для акцентирования внимания на какой-то конкретной информации слайда можно воспользоваться лазерной указкой.

Диаграммы готовятся с использованием мастера диаграмм табличного процессора MS Excel. Для ввода числовых данных используется числовой формат с разделителем групп разрядов. Если данные (подписи данных) являются дробными числами, то число отображаемых десятичных знаков должно быть одинаково для всей группы этих данных (всего ряда подписей данных). Данные и подписи не должны накладываться друг на друга и сливаться с графическими элементами диаграммы. Структурные диаграммы готовятся при помощи стандартных средств рисования пакета MS Office. Если при форматировании слайда есть необходимость пропорционально уменьшить размер диаграммы, то размер шрифтов реквизитов должен быть увеличен с таким расчетом, чтобы реальное отображение объектов диаграммы соответствовало значениям, указанным в таблице. В таблицах не должно быть более 4 строк и 4 столбцов — в противном случае данные в таблице будут просто невозможно увидеть. Ячейки с названиями строк и столбцов и наиболее значимые данные рекомендуется выделять цветом.

Табличная информация вставляется в материалы как таблица текстового процессора MS Word или табличного процессора MS Excel. При вставке таблицы как объекта и пропорциональном изменении ее размера реальный отображаемый размер шрифта должен быть не менее 18 pt. Таблицы и диаграммы размещаются на светлом или белом фоне.

Если Вы предпочитаете воспользоваться помощью оператора (что тоже возможно), а не листать слайды самостоятельно, очень полезно предусмотреть ссылки на слайды в тексте доклада («Следующий слайд, пожалуйста...»).

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает

возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

Для показа файл презентации необходимо сохранить в формате «Демонстрация PowerPoint» (Файл — Сохранить как — Тип файла — Демонстрация PowerPoint). В этом случае презентация автоматически открывается в режиме полноэкранный показа (slideshow), и слушатели избавлены как от вида рабочего окна программы PowerPoint, так и от потерь времени в начале показа презентации.

После подготовки презентации полезно проконтролировать себя вопросами:

- удалось ли достичь конечной цели презентации (что удалось определить, объяснить, предложить или продемонстрировать с помощью нее?);
- к каким особенностям объекта презентации удалось привлечь внимание аудитории?
- не отвлекает ли созданная презентация от устного выступления?

После подготовки презентации необходима репетиция выступления.

ПОДГОТОВКА К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Как готовиться к практическому занятию.

1. Внимательно прочтите вопросы к заданию.
2. Подберите литературу, не откладывайте ее поиски на последний день.
3. Прочтите указанную литературу, определите основной источник по каждому вопросу, делая выписки на листах или карточках, нумеруйте их пунктами плана, к которому они относятся.
4. Оформляя выписки, не забудьте записать автора, название, год и место издания, том, страницу.
5. При чтении найдите в словарях значение новых слов или слов, недостаточно вам известных.
6. Просматривая периодическую печать, делайте вырезки по теме.
7. Проверьте, на все ли вопросы плана у вас есть ответы.
8. На полях конспекта, выписок запишите вопросы, подчеркните спорные положения в тексте.

Требования к выступлению

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом;
- раскрытие сущности проблемы;
- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Важнейшие требования к выступлениям студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником практического занятия примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара. Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность

аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Памятка участнику дискуссии.

1. Прежде чем выступать, четко определите свою позицию.
2. Проверьте, правильно ли вы понимаете проблему.
3. Внимательно слушайте оппонента, затем излагайте свою точку зрения.
4. Помните, что лучшим способом доказательства или опровержения являются бесспорные факты.
5. Не забывайте о четкой аргументации и логике.
6. Спорьте честно и искренне, не искажайте мыслей оппонентов.
7. Говорите ясно, точно, просто, отчетливо, своими словами, не «по бумажке».
8. Имейте мужество признать правоту оппонента, если вы не правы.
9. Никогда не «навешивайте ярлыков», не допускайте грубостей и насмешек.
10. Заканчивая выступления, подведите итоги и сформулируйте выводы.

Требования к устному докладу

1. Выберите тему из предложенной преподавателем тематики докладов и сообщений. Вы можете самостоятельно предложить тему с учетом изучаемого теоретического материала.
2. При подготовке доклада, сообщения используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы.
3. Сделайте цитаты из книг и статей по выбранной теме (обратите внимание на непонятные слова и выражения, уточните их значение в справочной литературе).
4. Проанализируйте собранный материал и составьте план сообщения или доклада, акцентируя внимание на наиболее важных моментах.
5. Напишите основные положения сообщения или доклада в соответствии с планом, выписывая по каждому пункту несколько предложений.
6. Перескажите текст сообщения или доклада, корректируя последовательность изложения материала.
7. Подготовленный доклад может сопровождаться презентацией, иллюстрирующей его основные положения.

Построение доклада, как и любой другой научной работы, традиционно включает три части: вступление, основную часть и заключение.

Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т. п.

В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т.п.

Основная часть также должна иметь четкое логическое построение. Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным, лишенным ненужных отступлений и повторений.

НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

UNIVERSAL
UNIVERSITY

Факультет бизнеса и маркетинга

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине**

Экономическая среда бизнеса в сфере креативных индустрий

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль) подготовки:	Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Иметь практический опыт
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает принципы и структуру создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Выполняет медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	- понимание основных принципов создания медиатекстов и медиапродуктов, знание структуры коммуникационных продуктов - знание норм русского и иностранного языков, особенностей знаковых систем.	- способность применять принципы создания медиатекстов и медиапродуктов на практике. - способность создавать медиатексты и медиапродукты с учетом языковых и культурных особенностей	- опыт работы с медийными форматами и коммуникационными продуктами. - опыт работы с различными языками и знаковыми системами в контексте создания медиапродуктов
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает современные тенденции развития общественных и государственных институтов	- знание основных тенденций развития общественных и государственных институтов	- способность анализировать и оценивать современные изменения в общественных и государственных структурах	- опыт исследования и анализа современной политической и социальной ситуации
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Осуществляет сбор, анализ и обработку многообразия достижений отечественной и мировой культуры	- знание основных достижений отечественной и мировой культуры	- способность анализировать и интерпретировать культурные явления	- опыт работы с культурными материалами и исследованиями
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает запросы и потребности общества и аудитории	- понимание запросов и потребностей общества и аудитории - знание методов формулирования	- способность анализировать и реагировать на запросы и потребности аудитории	- опыт работы с аудиторией и профессиональными запросами - опыт работы над профессиональными ответами на запросы общества и аудитории

	профессиональной деятельности ОПК-4.3. Принимает участие в формулировании ответов на запросы и потребности общества и аудитории профессиональной деятельности	ответов на запросы и потребности аудитории.	- способность принимать участие в разработке ответов на запросы аудитории	
ПК-1 Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ПК-1.3. Разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг	- знание методов анализа рынка товаров и услуг	- способность разрабатывать техническое задание для маркетингового исследования	- опыт проведения анализа конъюнктуры рынка и разработки технических заданий
ПК-2 Способен подготовить решения по управлению проектом в сфере креативных индустрий	ПК-2.1. Осуществляет сбор, анализ информации и подготовку предложений по инициированию и планированию проекта в сфере креативных индустрий ПК-2.3. Участвует в составлении и реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий	- знание методов сбора и анализа информации для планирования проектов в креативных индустриях - знание основ инвестиционного и финансового планирования	- способность оценивать информацию и разрабатывать предложения по проектам - способность участвовать в разработке и реализации финансовых планов проектов	- опыт работы с анализом информации и планированием проектов в креативных индустриях - опыт работы с инвестициями и финансовым управлением в креативных индустриях

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), лабораторных, самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Устный опрос
- Практические задания

Устный опрос.

- Какие факторы экономической среды способствуют развитию креативных индустрий?
 - Какие риски и возможности существуют для бизнеса в креативных отраслях на текущий момент?
 - Каково влияние инфляции на финансовое состояние компаний в креативных отраслях?
 - Какие экономические принципы играют ключевую роль в успешной деятельности креативных индустрий?
 - Какие факторы определяют ценообразование на продукцию и услуги в креативных секторах?
 - Каково влияние налоговой политики на прибыльность деятельности в креативной сфере?
 - Какие инструменты анализа используются для оценки экономической эффективности в креативных индустриях?
 - Каким образом данные и статистика помогают принимать стратегические решения в креативных сферах?
 - Как важно учитывать экономические показатели при планировании проектов в креативных отраслях?
 - Какие модели бизнеса наиболее эффективны в креативных индустриях?
 - Каким образом компании в креативных секторах могут максимизировать прибыль через различные бизнес-модели?
 - Как инновации влияют на формирование новых моделей бизнеса в креативных отраслях?
 - Какие тенденции в экономической среде оказывают наибольшее влияние на креативные индустрии и какие вызовы они представляют?
 - Каким образом рост конкуренции в креативных отраслях влияет на инновации и качество продукции или услуг?
 - Какие стратегии могут помочь компаниям в креативных индустриях эффективно реагировать на изменяющуюся экономическую среду?
 - Как технологические инновации влияют на экономическую среду креативных индустрий и какие возможности они создают для бизнеса?
 - Каким образом использование новых технологий может повысить конкурентоспособность компаний в креативных секторах?
 - Какие вызовы связаны с регулированием и защитой инноваций в креативных отраслях?
-
- Как влияет государственная поддержка на развитие креативных индустрий и какие инструменты осуществления этой поддержки могут быть наиболее эффективными?
 - Каким образом налоговые льготы, гранты или другие виды государственной помощи могут стимулировать инвестирование в креативные проекты?
 - Как регулятивные меры и законодательство влияют на развитие креативных индустрий и создание благоприятной экономической среды для них?
 - Какие маркетинговые стратегии и рекламные кампании могут быть наиболее успешными в продвижении продукции или услуг в креативных индустриях?

- Как важно учитывать социокультурные тенденции и потребительские предпочтения при разработке маркетинговых стратегий для креативных компаний?
- Какое влияние могут оказывать социокультурные изменения на спрос и предложение в креативных отраслях?
- Какие факторы влияют на принятие решения о вложении капитала в креативные проекты и какие критерии оценки инвестиций могут быть наиболее значимыми?
- Каким образом степень риска, ожидаемая доходность и срок окупаемости влияют на привлечение инвестиций в креативные индустрии?
- Как важно учитывать экономические факторы при принятии решений о финансовых вложениях в креативные проекты?
- Как государственная экономическая политика может поддерживать или ограничивать развитие креативных индустрий и какие меры могут быть наиболее эффективными?
- Как налоговая система и торговая политика государства влияют на конкурентоспособность креативных компаний на мировом рынке?
- Каким образом экономические реформы и стимулирование инноваций могут способствовать росту креативных индустрий и их экономической

Примеры кейсов:

1. Кейс №1: Инновационный подход в музыкальной индустрии

Крупная звукозаписывающая компания столкнулась с упадком продаж традиционных альбомов из-за развития цифровых платформ. Какие стратегии и инновации могут помочь компании адаптироваться к изменениям в отрасли и увеличить прибыль?

2. Кейс №2: Маркетинговая стратегия для креативных стартапов

Небольшой стартап, занимающийся разработкой уникальных дизайнерских изделий, ищет пути для привлечения большего количества клиентов и расширения рынка сбыта. Какие маркетинговые стратегии и рекламные кампании могут помочь стартапу достичь успеха?

3. Кейс №3: Инвестиции в культурные проекты

Муниципалитет города планирует развитие культурной сферы и привлечение туристов через поддержку местных арт-проектов и мероприятий. Какие инвестиции и финансовые механизмы могут быть использованы для поддержки креативных инициатив в городе?

4. Кейс №4: Управление творческим коллективом

Дизайн-студия сталкивается с проблемами в управлении креативным коллективом, включая отсутствие мотивации и неэффективное взаимодействие между сотрудниками. Какие организационные и управленческие решения могут помочь студии повысить производительность и инновационность своей работы?

Практические задания:

1. Исследовать и проанализировать текущие тренды в креативных индустриях и их влияние на мировую экономику.

2. Провести SWOT-анализ выбранной креативной компании и разработать рекомендации для улучшения ее конкурентоспособности.
3. Изучить основные финансовые показатели креативной отрасли и оценить их динамику за последние пять лет.
4. Разработать маркетинговую стратегию для продвижения продукции креативной компании на мировом рынке.
5. Создать бизнес-план для стартапа в креативной сфере, включая прогноз продаж, расходы и привлечение инвестиций.
6. Изучить влияние социокультурных факторов на отрасль креативных индустрий и разработать стратегию управления этими факторами.
7. Провести анализ рынка креативных услуг в вашем регионе и выявить потенциальные перспективы для развития бизнеса.
8. Оценить рентабельность инвестиций в креативные проекты и сравнить их с другими отраслями экономики.
9. Провести интервью с сотрудниками креативных компаний по вопросам управления творческим процессом и командной работой.
10. Провести анализ эффективности рекламных кампаний для креативных продуктов и выявить успешные стратегии продвижения.
11. Изучить влияние глобальных экономических кризисов на креативные индустрии и предложить меры по снижению рисков.
12. Исследовать влияние цифровизации на креативные отрасли и выявить новые возможности для бизнеса.
13. Провести анализ бизнес-моделей в креативных индустриях и разработать стратегии монетизации творческих продуктов.
14. Изучить опыт успешных креативных компаний в области управления инновациями и разработать план внедрения инноваций в свою компанию.
15. Анализировать изменения в потребительских предпочтениях в креативных отраслях и предложить стратегии адаптации к новым требованиям рынка.
16. Провести экономическое обоснование и выбор места проведения креативного мероприятия или фестиваля.
17. Разработать программу обучения для управленцев в креативных компаниях, включая модули по стратегическому управлению и инновациям.
18. Изучить международные стандарты и сертификаты качества в креативных отраслях и предложить методы их внедрения в компанию.
19. Провести структурный анализ организаций в сфере искусства и культуры и предложить рекомендации по оптимизации управленческих процессов.
20. Разработать план мероприятий по стимулированию инвестиций в креативные отрасли в вашем регионе и предложить меры поддержки сектора.

Устный ответ	A (70-100%)	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение; мощный и убедительный анализ
	B (60-69%)	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом работа хорошо аргументирована и убедительна

	C (50-59%)	Удовлетворительное построение и анализ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала
	D (46-49%)	Логика слабая, оригинальность отсутствует и/или материал недостаточно критически осмыслен
	E (40-45%)	Логика ответа слабая, материал по теме освоен на минимальном уровне
	F (меньше 39%)	материал по теме не освоен
Решение кейсов	A (70-100%)	Обучающийся проявил активное участие в решении задания. Обучающийся активно сотрудничал с коллегами в процессе поиска и выбора решения. Было найдено несколько решений, из которых выбрано наиболее эффективное. Выбор оптимального решения четко аргументирован.
	B (60-69%)	Обучающийся проявил достаточно активное участие в решении задания. Обучающийся довольно активно сотрудничал с коллегами в процессе поиска и выбора решения. Было найдено несколько решений, из которых выбрано наиболее эффективное. Выбор оптимального решения в целом четко аргументирован.
	C (50-59%)	Обучающийся сотрудничал с коллегами в процессе поиска и выбора решения, однако инициативы не проявлял. Было найдено минимальное количество (2-3) решений, из которых выбрано оптимальное без четкой аргументации.
	D (46-49%)	Обучающийся сотрудничал с коллегами в процессе поиска и выбора решения, однако инициативы не проявлял. Было сформулировано одно решение, эффективность которого не была подтверждена четкими аргументами.
	E (40-45%)	Обучающийся пассивно отнесся к заданию. Было сформулировано одно решение, эффективность которого не была подтверждена никакими аргументами.
	F (меньше 39%)	Решение кейса не представлено
Выполнение практических заданий	A (70-100%)	Обучающийся проявил активное участие в решении задания. Практическое задание выполнено верно, на дополнительные вопросы даны четко аргументированные ответы
	B (60-69%)	Обучающийся проявил активное участие в решении задания. Практическое задание выполнено верно, на дополнительные вопросы даны аргументированные ответы с недочетами
	C (50-59%)	Обучающийся проявил достаточно активное участие в решении задания. Практическое задание выполнено верно, на дополнительные вопросы даны ответы с ошибками
	D (46-49%)	Обучающийся пассивно отнесся к заданию. Практическое задание выполнено не совсем верно, на дополнительные вопросы даны ответы с ошибками
	E (40-45%)	Обучающийся пассивно отнесся к заданию. Практическое задание выполнено не совсем верно, на дополнительные вопросы

		не были даны ответы
	F (меньше 39%)	Практическое задание не выполнено

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета в 2 семестре и экзамена в 3 семестре.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации, предусматривается:

Вопросы к зачету

Задания к экзамену (Курсовой проект)

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1. Какие особенности характеризуют экономическую среду в сфере креативных индустрий?
2. Какие факторы влияют на развитие креативных индустрий с экономической точки зрения?
3. Каковы основные принципы управления бизнесом в креативных индустриях?
4. Какие модели бизнеса применяются в сфере креативных индустрий?
5. Какова роль инноваций в развитии креативных индустрий с экономической точки зрения?
6. Какие стратегии маркетинга эффективны для продвижения продукции и услуг в креативных индустриях?
7. Какие финансовые инструменты используются для поддержки проектов в сфере креативных индустрий?
8. Какие особенности налогообложения существуют для предприятий в креативных индустриях?
9. Какова роль государственной поддержки для развития креативных индустрий?
10. Какие тенденции в мировой экономике оказывают влияние на креативные индустрии?
11. Какие меры безопасности и защиты прав интеллектуальной собственности важны для бизнеса в сфере креативных индустрий?
12. Какие риски существуют при ведении бизнеса в креативных индустриях?
13. Какова роль международного сотрудничества в развитии креативных индустрий?
14. Какие преимущества и недостатки масштабирования бизнеса в креативных индустриях?
15. Какие особенности трудовых отношений существуют в креативных индустриях?
16. Какие проекты и инициативы являются успешными примерами бизнеса в сфере креативных индустрий?
17. Какие возможности для развития предпринимательства предоставляют креативные индустрии?
18. Каким образом цифровизация влияет на бизнес в сфере креативных индустрий?
19. Какие основные тренды в дизайне и искусстве оказывают влияние на экономическую среду креативных индустрий?

20. Какие ключевые показатели эффективности используются для оценки успеха бизнеса в сфере креативных индустрий?
21. Какие основные принципы финансового планирования применимы к креативным проектам?
22. Какие основные этапы развития бизнеса в креативных индустриях?
23. Какие стратегии управления рисками используются в креативных индустриях?
24. Какие технологии помогают оптимизировать бизнес-процессы в сфере креативных индустрий?
25. Какие практики управления персоналом эффективны для креативных команд и проектов?
26. Какова роль лидерства и командной работы в успешном развитии бизнеса в креативных индустриях?
27. Какие стратегии взаимодействия с клиентами помогают удерживать лояльность в креативных индустриях?
28. Какие основные вызовы стоят перед предпринимателями в сфере креативных индустрий?
29. Какие перспективы развития креативных индустрий видит научное сообщество и эксперты в области экономики?
30. Какова твоя личная мотивация для изучения экономической среды бизнеса в сфере креативных индустрий?

Практические задания для экзамена (курсовой проект):

1. Исследование рынка креативных индустрий: проведите анализ текущего состояния рынка креативных индустрий, выявите основные тенденции, ключевых игроков и потенциальные возможности для развития новых проектов.
2. Бизнес-план для креативного проекта: разработайте бизнес-план для создания собственного креативного проекта, включающий в себя анализ рынка, стратегию продвижения, финансовые показатели и план мероприятий.
3. Маркетинговая стратегия для креативного предприятия: разработайте маркетинговую стратегию для креативного предприятия, определив целевую аудиторию, уникальное предложение, каналы продвижения и план мероприятий.
4. Финансовый анализ креативного бизнеса: проведите финансовый анализ креативного бизнеса, включающий в себя расчеты прибыли и убытков, прогнозирование кассовых потоков и оценку финансовой устойчивости.
5. Управление инновациями в креативных индустриях: исследуйте методы управления инновациями в креативных индустриях, разработайте план внедрения инноваций в бизнес-процессы и оцените их потенциальный эффект.
6. Анализ конкурентов и позиционирование на рынке: проведите анализ конкурентов в сфере креативных индустрий, определите свою уникальную позицию на рынке и разработайте стратегию конкурентного преимущества.

7. Стратегия устойчивого развития бизнеса в креативных индустриях: определите ключевые аспекты стратегии устойчивого развития бизнеса в сфере креативных индустрий, включая социальную ответственность, экологическую устойчивость и экономическую эффективность.

Состав папки курсового проекта:

1. Титульный лист:

- Название курсового проекта
- ФИО студента
- Название учебного заведения
- Дата

2. Оглавление:

- Содержание всех разделов и подразделов курсового проекта

3. Введение:

- Обоснование выбора темы курсового проекта
- Цели и задачи исследования
- Обзор структуры работы

4. Глава 1. Анализ экономической среды креативных индустрий:

- Описание основных концепций и тенденций в сфере креативных индустрий
- Анализ текущего состояния рынка креативных индустрий
- Идентификация ключевых факторов, влияющих на экономическую среду бизнеса в данной области

5. Глава 2. Маркетинговые аспекты в креативных индустриях:

- Разработка маркетинговых стратегий для бизнеса в креативных индустриях
- Анализ методов продвижения продукции и услуг в данной сфере
- Исследование потребительского спроса и поведения в креативных индустриях

6. Глава 3. Финансовые аспекты бизнеса в креативных индустриях:

- Финансовый анализ креативных предприятий
- Разработка бизнес-плана для креативного проекта
- Оценка финансовой устойчивости и эффективности бизнеса в данной сфере

7. Глава 4. Управление инновациями и конкурентоспособность в креативных индустриях:

- Анализ методов управления инновациями в креативных индустриях
- Исследование конкурентной среды и стратегий позиционирования бизнеса
- Разработка плана улучшения конкурентоспособности и инноваций в бизнесе

8. Заключение:

- Сводные выводы по итогам исследования
- Рекомендации для развития бизнеса в сфере креативных индустрий

9. Список использованных источников:

- Литература, статьи, онлайн-ресурсы, которые были использованы при подготовке курсового проекта

10. Приложения (по необходимости):

- Графики, таблицы, расчеты, анкеты, презентации и другие дополнительные материалы

Критерии оценки курсового проекта по дисциплине

"Экономическая среда бизнеса в сфере креативных индустрий",

1. Соответствие теме и поставленным задачам:

- Ясное определение темы курсового проекта и ее актуальность
- Целостность и полнота рассмотрения основных аспектов экономической среды бизнеса в сфере креативных индустрий

2. Глубина анализа и использование источников:

- Глубокий анализ теоретических и практических аспектов дисциплины
- Качество использования разнообразных источников информации и научной литературы

3. Оригинальность и креативность подхода:

- Наличие оригинальных идей и подходов к решению поставленных задач
- Креативность в применении знаний экономической среды креативных индустрий

4. Логика и структура работы:

- Четкая структура курсового проекта с ясным логическим связыванием между разделами и подразделами
- Логичность аргументации и выводов

5. Качество аналитической работы и исследования:

- Аналитические методы и инструменты, использованные для исследования экономической среды бизнеса в креативных индустриях
- Обоснованность и аргументированность выводов

6. Практическая значимость и рекомендации:

- Практическая применимость результатов исследования для бизнеса в сфере креативных индустрий
- Конкретные и обоснованные рекомендации для улучшения бизнес-процессов

7. Качество оформления и представления:

- Грамотное оформление работы согласно требованиям учебного заведения
- Соблюдение правил цитирования и оформления списка использованных источников

2. Критерии оценки по дисциплине

2 семестр

Описание работ	Максимальное количество баллов
1. Посещение занятий/активность на занятиях	Не оценивается
2. Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Устный опрос	20
Решение кейсов	30
Практические задания	20
Итого текущий контроль:	70
Промежуточная аттестация Зачет	30
Итого по всем формам контроля:	100

3 семестр

Описание работ	Максимальное количество баллов
1. Посещение занятий/активность на занятиях	Не оценивается
2. Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Устный опрос	20
Решение кейсов	20
Итого текущий контроль:	40
Промежуточная аттестация Экзамен	60
Итого по всем формам контроля:	100

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации (при проведении зачета)

	100-балльная оценка	Европейская шкала оценки Оценка по шкале ECTS
зачтено	40–100	E, D, C, B, A
не зачтено	Менее 40	F

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Университета европейскому стандарту:

100-балльная оценка	Европейская шкала оценки Оценка по шкале ECTS	Критерии оценки
70–100	A	«Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
60–69	B	«Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства из них оценено по критериям задания как очень хорошо или отлично.

50–59	<i>C</i>	«Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно , все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше , некоторые виды заданий выполнены с незначительными ошибками .
46–49	<i>D</i>	«Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено частично , но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены , некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно , некоторые из них на минимально достаточном уровне .
40–45	<i>E</i>	«Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено частично , некоторые или все практические навыки работы сформированы на начальном уровне , некоторые предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены , либо качество выполнения соответствует минимальному достаточному (зачетному) баллу , предложенные решения или исполнение содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне .
0–39	<i>F</i>	«Не зачтено» — теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, и / или выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. Как минимум один из запланированных образовательных результатов не достигнут. Или количество плагиата превышает 20%.

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации (при проведении экзамена)

5-балльная система	Рейтинговая оценка	Европейская оценка
«Отлично»	70-100	A
«Хорошо»	60-69	B
	50-59	C
«Удовлетворительно»	46-49	D
	40-45	E
«Неудовлетворительно»	Менее 39	F

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Университета европейскому стандарту:

100 балльная оценка	Европейская шкала оценки	Определение
70 - 100	A	«Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки

		работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
60-69	B	<i>«Очень хорошо»</i> - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше, некоторые виды заданий выполнены с незначительными ошибками.
50-59	C	<i>«Хорошо»</i> - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше, некоторые виды заданий выполнены с незначительными ошибками.
46-49	D	<i>«Удовлетворительно»</i> - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки. Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно, некоторые из них на минимально достаточном уровне.
40-45	E	<i>«Посредственно»</i> - теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые или все практические навыки работы сформированы на начальном уровне, некоторые предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения соответствует минимальному достаточному (зачетному) баллу, предложенные решения или исполнение содержат ошибки. Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне.
0-39	F	<i>«Неудовлетворительно»</i> - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, и / или выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. Как минимум один из запланированных образовательных результатов не достигнут. Или количество плагиата превышает 20%.