

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГИИ
МУНЦ «Высшая школа европейских культур»

Коммуникация в сфере культурных проектов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

51.04.01 Культурология

Код и наименование направления подготовки/специальности

Россия и Европа: взаимодействие в сфере языка и культуры

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Коммуникация в сфере культурных проектов

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Косякова В.А., кандидат культурологии,
доцент МУНЦ «Высшая школа европейских культур»

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания МУНЦ «Высшая школа европейских культур»

№3 от 05.04.2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Пояснительная записка | 4 |
| 1.1. Цель и задачи дисциплины | 4 |
| 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций | 4 |
| 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы | 5 |
| 2. Структура дисциплины | 5 |
| 3. Содержание дисциплины | 6 |
| 4. Образовательные технологии | 8 |
| 5. Оценка планируемых результатов обучения | 9 |
| 5.1 Система оценивания | 9 |
| 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине | 10 |
| 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 10 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | 11 |
| 6.1 Список источников и литературы | 11 |
| 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». | 12 |
| 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы | 12 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины | 12 |
| 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов | 13 |
| 9. Методические материалы | 14 |
| 9.1 Планы практических занятий | 14 |
| 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ | 14 |
| Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины | 15 |

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

- углубление знаний студентов в области коммуникации, культурных проектов, маркетинга, формирование представлений об особенностях маркетинговой деятельности в сфере культуры и искусства;
- изучение основного инструментария коммуникации в сфере культуры, искусства и образования, формирование навыков его эффективного использования и интеграции;
- развитие проектного мышления в сфере культуры и искусства, способности к анализу маркетинговых аспектов деятельности культурных проектов.

Задачи дисциплины:

- овладение студентами основными концепциями коммуникации в области культурных институций и музеев;
- обучение базовым стратегическим теориям и практикам культурной коммуникации;
- использование полученных теоретических знаний и опыта разбора примеров реальных ситуаций для решения практических задач.

Дисциплина реализуется на русском и(или) английском языке.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Компетенции (код и наименование) | Индикаторы компетенций (код и наименование) | Результаты обучения |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | УК-5.2. Выстраивает социокультурную коммуникацию и взаимодействие с учетом необходимых параметров межкультурной коммуникации и социокультурного контекста. | Уметь: - использовать основные методы и приемы моделирования в области коммуникации в сфере культуры и искусства, культурного менеджмента, маркетинга - применять концептуальные знания в непосредственной проектной деятельности. |
| ПК-3 Готов представлять результаты исследования в формах научных отчетов, рефератов, обзоров, аналитических карт, докладов, статей. | ПК-3.3. Готовит устный текст по представлению окончательных или промежуточных результатов научного исследования в форме отчета, доклада, презентации, других заданных формах, выступает с подготовленным текстом, отвечает на вопросы. | Знать: - концептуальные основания и методологические рамки подходов к изучению различных видов культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях Уметь: - применять полученные теоретические знания и опыт разбора примеров |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | реальных ситуаций для подготовки отчета, доклада, презентации |
| ПК-9. Готов к проектно-аналитической работе в сферах социокультурной деятельности, умение пользоваться нормативными документами, определяющими параметры проведения работ в сферах социокультурной деятельности | ПК-9.3. Владеет навыками анализа стратегий, программ, проектов и документов в сфере социокультурной деятельности | Владеть: - навыками проектного мышления в сфере культуры и искусства, - навыками анализа маркетинговых аспектов деятельности культурных проектов |

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: История и методология изучения культуры, Фандрайзинг социокультурных проектов, Методы социокультурных исследований.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Менеджмент социокультурных проектов, Язык культурной медиации, Фандрайзинг в гуманитарных и социальных дисциплинах, проектно-организационная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

The total time commitment of the discipline is 3 c.p., 108 academic hours.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий / The volume of discipline in the form of contact work of students with teaching staff and (or) persons involved in the implementation of the educational programme on other terms, during the training sessions:

| Семестр/ Semester | Тип учебных занятий / Type of training session | Количество часов/ hours |
|----------------------|------------------------------------------------|----------------------------|
| 3 | Лекции / Lectures | 10 |
| 3 | Практические занятия / Practical exercises | 20 |
| Всего / Total: | | 30 |

Объем дисциплины форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часов/ The volume of discipline in the form of independent work of students is 78 academic hours.

3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Тема 1. Введение. Сущность и функции современной коммуникации в сфере культурных проектов. | Краткое введение в менеджмент культурных институций и специфику коммуникации в сфере культурных проектов. Краткое изложение истории развития и теории. Назовите основные концепции и этапы эволюции маркетинга. Понятие "комплекс маркетинга" и коммуникация. |
| | Тема 2. Общая характеристика маркетинга в сфере культуры и искусства. | Маркетинг и коммуникация в сфере культуры: пересечения. Инструментарий менеджмента в организациях культуры и коммуникации. Специфика коммуникации в сфере культурных проектов и развитие маркетинга в сфере культуры за рубежом и в России. |
| | Тема 3. Коммуникации в сфере культурных проектов и искусства. | Специфика коммуникации в сфере культурных проектов и организация культуриндустрии (макро- и микросреды). Целевая аудитория и стратегии коммуникации. Ведение в теорию стратегического планирования, изучение особенностей городского культурного контекста, арт-кластеров и художественных институций. |
| | Тема 4. Коммуникации в сфере культурных проектов в эпоху рыночных отношений. | Аудитория как лучший инструмент коммуникации. Как голландские музеи контактируют со сложно достижимыми сегментами аудитории? Включение анализа общественного мнения как способ определения наилучшего подхода к новой и существующей аудитории, а также разработки наилучшего предложения для аудитории. Работа по расширению музеями сегментов своей аудитории с помощью фокусирования на потребностях и интересах. Работа культурных институций над построением долгосрочных отношений с желаемой аудиторией путем интеграции в сообщества и организации кросс-культурных встреч. |
| | Тема 5. Коммуникации в сфере искусства: функции и особенности | Проведение маркетингового исследования (на примере учреждения сферы культуры и искусства). Ознакомление с новыми музеями. Введение в новые практики музейного дела. |

| | | |
|--|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | |
| | Тема 6. Коммуникативная среда сферы культуры и искусства. | Коммуникации в сфере культуры как взаимовыгодное сотрудничество бизнеса и музейного маркетинга. Case studies по совместному сотрудничеству музеев, городскому маркетингу, отношениям между государством и бизнесом. Необходимость учета совокупности разнообразия культур и систем при построении совместной работы музеев. |

Content of the discipline

| No. | Discipline section name | Content |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Theme 1: Introduction. The essence and functions of contemporary communication in the sphere of cultural projects. | Brief introduction into the management of cultural institutions and specifics of communication in the sphere of cultural projects. Summarise the history of development and theory. Name the main concepts and stages of the evolution of marketing. The concept of 'marketing mix' and communication. |
| | Theme 2: General characteristics of marketing in culture and arts. | Marketing and communication in the sphere of culture: intersections. Tools of management in the organisations of culture and communication. Specifics of communication in the sphere of cultural projects and development of marketing in the sphere of culture abroad and in Russia. |
| | Theme 3: Communication in cultural projects and the arts. | Specifics of communication in the sphere of cultural projects and organisation of cultural industry (macro- and micro environment). Target audience and communication strategies. Introduction to the theory of strategic planning, study of peculiarities of urban cultural context, art clusters and art institutions. |
| | Theme 4: Communication in cultural projects in the era of market relations. | Audience as the best communication tool. How do Dutch museums communicate with difficult to reach audience segments? Incorporating public opinion analysis as a way of determining the best approach to new and existing audiences and developing the best offer for audiences. Working to broaden museums' audience segments by focusing on needs and interests. Working with cultural institutions to build long-term relationships with their desired audiences through community integration and cross-cultural encounters. |
| | Theme 5: Arts Communication: Functions and Features | Marketing research (case study of a cultural and art institution). Introduction to new museums. Introduction to new museum practices. |

| | | |
|--|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Theme 6: Communicative environment in the sphere of culture and art. | Communications in the sphere of culture as a mutually beneficial cooperation of business and museum marketing. Case studies on joint cooperation of museums, urban marketing, relations between the state and business. The need to take into account the diversity of cultures and systems in the construction of museums' collaborative work. |
|--|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

4. Образовательные технологии

| № п/п | Наименование раздела | Виды учебных занятий | Образовательные технологии |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Тема 1. Введение. Сущность и функции современной коммуникации в сфере культурных проектов. | Лекция 1. Коммуникация в сфере культуры Практическое занятие Самостоятельная работа | Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты |
| | Тема 2. Общая характеристика маркетинга в сфере культуры и искусства. | Лекция 2 ОТ коммуникации проектов до маркетинга в культурной сфере Практическое занятие Самостоятельная работа | Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты |
| | Тема 3. Коммуникации в сфере культурных проектов и искусства. | Лекция 3. Организация в сфере проектов искусства Практическое занятие Самостоятельная работа | Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты |
| | Тема 4. Коммуникации в сфере культурных проектов в эпоху рыночных отношений. | Лекция 4. Проектная работа в эпоху глобального рынка Практическое занятие Самостоятельная работа | Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты |
| | Тема 5. Коммуникации в сфере искусства: функции и особенности | Лекция 5. Проектная работа в сфере музейных практик Практическое занятие | Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада |

| | | | |
|--|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Самостоятельная работа | Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты |
| | Тема 6. Коммуникативная среда сферы культуры и искусства. | Лекция 6. Арт-кластер и коммуникация в сфере культуры. Практическое занятие Самостоятельная работа | Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты |

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ, для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

| Форма контроля | Макс. количество баллов | |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------|
| | За одну работу | Всего |
| Текущий контроль: | | |
| - опрос | 5 баллов | 30 баллов |
| - участие в дискуссиях на практических занятиях | 5 баллов | 10 баллов |
| - доклад | 10 баллов | 20 баллов |
| Промежуточная аттестация – зачет с оценкой (письменная работа) | | 40 баллов |
| Итого за семестр | | 100 баллов |

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

| 100-балльная шкала | Традиционная шкала | | Шкала ECTS |
|--------------------|--------------------|---------|------------|
| 95 – 100 | отлично | зачтено | A |
| 83 – 94 | | | B |
| 68 – 82 | хорошо | | C |
| 56 – 67 | удовлетворительно | | D |
| 50 – 55 | | | E |

| | | | |
|---------|---------------------|------------|----|
| 20 – 49 | неудовлетворительно | не зачтено | FX |
| 0 – 19 | | | F |

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 100-83/ A,B | отлично/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |
| 82-68/ C | хорошо/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p> |
| 67-50/ D,E | удовлетво- рительно/ зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p> |
| 49-0/ F,FX | неудовлет- ворительно/ не зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p> |

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Типовые вопросы по текущему контролю см. п.9.1.*(компетенции УК-5.2, ПК-3.3, ПК-9.3)***Промежуточная аттестация (типовые темы письменных работ):***(проверяемые компетенции УК-5.2, ПК-3.3, ПК-9.3)*

1. Тенденции развития культуры и искусства за рубежом и их специфика коммуникации.
2. Сущность и особенности коммуникации в сфере культурных проектов и искусства.
3. Основные понятия маркетинга услуг учреждений культуры и искусства.
4. Миссия, цели и задачи учреждения культуры и искусства.
5. Ресурсы и характер учреждения культуры и искусства, стадии жизненного цикла и потенциальные возможности для адаптации.
6. Оценка состояния и прогноз развития рынка услуг в сфере культуры и искусства.
7. Социокультурные факторы поведения потребителей на рынке услуг в сфере культуры и искусства.
8. Формирование дигитальных коммуникаций и стратегий учреждения культуры и искусства.

Typical questions on current control - see point 9.1**Intermediate attestation (typical topics of written works):**

1. Trends in the development of culture and art abroad and their specificity of communication.
2. The essence and peculiarities of communication in the sphere of cultural projects and art.
3. The basic concepts of marketing of services of institutions of culture and art.
4. Mission, goals and objectives of cultural and art institution.
5. Resources and character of cultural and art institution, stages of life cycle and potential opportunities for adaptation.
6. Assessment of the state and forecast of development of the market of services in the sphere of culture and art.
7. Sociocultural factors of consumers' behavior in the market of services in the sphere of culture and art.
8. Formation of digital communications and strategies of cultural and art institution.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**6.1 Список источников и литературы**Основная литература

1. Жильцов, Е.Н. Экономика и управление социальной сферой [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Под ред. д. э. н., проф. Е. Н. Жильцова, д. э. н., проф. Е. В. Егорова. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2015. - 496 с.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=513772>
2. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=523512#>
3. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебное пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов; Под ред. М.П. Переверзева. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 192 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=414040>

4. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / Остервальдер А., Пинье И., - 2-е изд. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 288 с.: ISBN 978-5-9614-1844-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916078>
5. Разработка ценностных предложений: Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Ваш первый шаг: Учебное пособие / Остервальдер А., Пинье И., Бернарда Г. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 312 с.: ISBN 978-5-9614-4907-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/923404>
- 6.

Дополнительная литература

1. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. - Электрон. дан. - СПб. : Лань, Планета музыки, 2009.- 496 с. // http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=1931
2. Василенко, Н. В. Консалтинг в образовании [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Василенко. - СПб.: КультИнформПресс, 2011. - 274 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=463073#>
3. Тульчинский, Г.Л. PR в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие. - Электрон. дан.- СПб. : Лань, Планета музыки, 2011.- 572 с. // http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=2047

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Информационный комплекс РГГУ «Научная библиотека» [Электронный ресурс] : электронная библиотека . – Электрон. дан. – [2011-2019]. – Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/>
 Электронно-библиотечная система znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. – Электрон. дан. – [2012-2019]. – Режим доступа: <https://znanium.com/>

БД и ИСС

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для работы необходима аудитория, оборудованная компьютером с доступом к интернету, проектором и проекционным экраном, доской, маркеры. Состав программного обеспечения:

1. Windows

2. Microsoft Office

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы практических занятий

Тема 1.

Вопросы для обсуждения, докладов:

1. Сущность и функции современной коммуникации в сфере культуры?
2. Назовите основные концепции и этапы эволюции коммуникации в сфере культуры и отличие от маркетинга.

Тема 2.

Вопросы для обсуждения, докладов:

Общая характеристика коммуникации в сфере культуры в дигитальную эпоху?
Инструменты коммуникации в сфере культуры в организациях культуры?
Охарактеризуйте развитие коммуникации в сфере культуры за рубежом и в России.

Тема 3.

Вопросы для обсуждения, докладов:

Маркетинговая среда организаций культуры и искусства: специфика коммуникации?
Дайте характеристику коммуникации в сфере культуры (макро- и микросреды).
Кто является основным потребителем услуг учреждений культуры и искусства?

Тема 4.

Вопросы для обсуждения, докладов:

Услуги сферы культуры и искусства как объект маркетингового продвижения и коммуникаций: разница и сходства?
Разработка перечня услуг учреждения сферы культуры и искусства в свете специфики культурной коммуникации.

Тема 5.

Вопросы для обсуждения, докладов:

Маркетинг культуры и искусства: функции и особенности?
Охарактеризуйте классификацию услуг в сфере культуры и искусства.
Дайте характеристику рынка услуг в сфере культуры и искусства в дигитальную эпоху.

Тема 6.

Вопросы для обсуждения, докладов:

Маркетинговая среда сферы культуры и искусства и специфика коммуникации.
Элементы комплекса коммуникации в дигитальной сфере культуры.
Охарактеризуйте субъекты маркетинговых отношений на рынке услуг в сфере культуры и искусства.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

См. https://liber.rsuh.ru/ru/student_work

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

- углубление знаний студентов в области коммуникации, культурных проектов, маркетинга, формирование представлений об особенностях маркетинговой деятельности в сфере культуры и искусства;
- изучение основного инструментария коммуникации в сфере культуры, искусства и образования, формирование навыков его эффективного использования и интеграции;
- развитие проектного мышления в сфере культуры и искусства, способности к анализу маркетинговых аспектов деятельности культурных проектов.

Задачи дисциплины:

- овладение студентами основными концепциями коммуникации в области культурных институций и музеев;
- обучение базовым стратегическим теориям и практикам культурной коммуникации;
- использование полученных теоретических знаний и опыта разбора примеров реальных ситуаций для решения практических задач.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

- основные методы и приемы моделирования в области коммуникации в сфере культуры и искусства, культурного менеджмента, маркетинга
- концептуальные основания и методологические рамки подходов к изучению различных видов культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях.

Уметь:

- использовать основные методы и приемы моделирования в области коммуникации в сфере культуры и искусства, культурного менеджмента, маркетинга
- применять концептуальные знания в непосредственной проектной деятельности
- применять полученные теоретические знания и опыт разбора примеров реальных ситуаций для решения практических задач.

Владеть:

- навыками проектного мышления в сфере культуры и искусства,
- навыками анализа маркетинговых аспектов деятельности культурных проектов

ANNOTATION

The purpose of the discipline is to deepen students' knowledge in the field of communication, cultural projects, marketing, formation of ideas about the features of marketing activities in the field of culture and art;

- study of the basic communication tools in the field of culture, art and education, formation of skills for its effective use and integration;
- development of project thinking in the field of culture and art, the ability to analyze marketing aspects of cultural projects.

Tasks of the discipline:

Students' mastery of the basic concepts of communication in the field of cultural institutions and museums. The main task is to teach basic strategic theories and practices of cultural communication,

use the acquired theoretical knowledge and experience of analyzing examples of real situations to solve practical problems.

As a result of mastering the discipline (module), the student must:

- Know the basic methods and techniques of modeling in the field of communication in the field of culture and art, cultural management, marketing.
- Understand the process of strategic decision-making and innovation decisions in cultural institutions.
- Be able to analyze cultural phenomena in a broad social and historical context.
- Use the acquired theoretical knowledge and experience of analyzing examples of real situations to solve practical problems.