Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при Президенте Российской Федерации

Институт общественных наук

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»

Факультет Управления социокультурными проектами

Утверждена кафедрой Культурологии и социальных коммуникаций ИОН

Протокол от «05» августа 2017 г. № 3

Утверждена кафедрой Управления социокультурными проектами МВШСЭН

Протокол от «08» июня 2017 г. № 4

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Маркетинг»

(индекс и наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Менеджмент креативных проектов

направленность (профиль)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2018

Москва, 2017 г.

Авторы–составители:

Кандидат философских наук, доцент	Сачкова Екатерина Андреевна
(ученое звание, ученая степень, *должность)*	*(Ф.И.О.)*

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и утверждена кафедрой Культурологии и социальных коммуникаций ИОН

Протокол № 3 от 05.08.2017

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и утверждена на заседании кафедры менеджмента и культурной политики

Протокол №6 от 08.06.2017

Заведующий кафедрой

Культурологии и социальных коммуникаций ИОН РАНХиГС	PhD	Неклюдова Мария Сергеевна
(наименование факультета/ кафедры)	*(ученая степень и(или) ученое звание)*	*(Ф.И.О.)*

И.о. заведующего кафедрой

Менеджмента и культурной политики	Доктор экономических наук, профессор	Бессолицын Александр Алексеевич
(наименование факультета/ кафедры)	*(ученая степень и(или) ученое звание)*	*(Ф.И.О.)*

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы 4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО 4
3. Содержание и структура дисциплины 4
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине 6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 11
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" 12
6.1. Основная литература 12
6.2. Дополнительная литература 12
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы 13
6.4.Нормативные правовые документы 13
6.5.Интернет-ресурсы, справочные системы 13
6.6.Иные источники 13
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 13

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

Дисциплина Б1.В.08 «Маркетинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-8	владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знать: основные модели современных маркетинговых исследований как области гуманитарных и прикладных экономических наук, необходимых для проектной деятельности;
		Уметь: аргументировано выбирать наиболее эффективные и соответствующие проблемной ситуации маркетинговые инструменты для решения стратегических задач в сфере культуры;
		Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований (анализ положения организации /продукта на рынке, анализ целевых аудиторий и производимых услуг) и оценки эффективности маркетинговых стратегий;

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.08 «Маркетинг» входит в вариативную часть блока Б1.В «Дисциплины (модули)» и изучается в шестом семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часа (3 з.е.).

Дисциплина «Маркетинг» связана с другими дисциплинами учебного плана, такими как Б1.В.10 «Исследовательская методология в современном социогуманитарном знании», опирается на Б1.В.ДВ.01.01 «Массовая и медиакультура»/ Б1.В.ДВ.01.02 «Городская культура в исторической перспективе», Б1.В.ДВ.08.01 «Основы исследовательской деятельности»/ Б1.В.ДВ.08.02 «Основы проектного мышления», Б2.В.03(П) «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» и является базой для Б2.В.04(П) «Преддипломная практика»

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 80 часа.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости[4], промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Семь или девять П – базовые принципы маркетинга	12	2		2		8	Устный опрос
Тема 2	Кросскультурный маркетинг	10	1		1		8	Устный опрос

Тема 3	Привлечение новых аудиторий и образ «потребителя»	10	1		1		8	Устный опрос
Тема 4	Маркетинг городов и регионов	10	1		1		8	Устный опрос
Тема 5	Сотрудничество или отношения заинтересованных сторон	10	1		1		8	Устный опрос
Тема 6	Коммерческие компании: успешные маркетинговые решения	10	1		1		8	Устный опрос
Тема 7	Новые рынки, новые аудитории	10	1		1		8	Устный опрос
Тема 8	Знания и роль образования	12	2		2		8	Устный опрос
Тема 9	Маркетинг как залог устойчивого развития в будущем	12	2		2		8	Устный опрос
Тема 10	Маркетинговое консультирование	12	2		2		8	Устный опрос
	Промежуточная аттестация							Зачет с оценкой
Всего:		108	14		14		80	

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Семь или девять П – базовые принципы маркетинга	Маркетинг как дисциплина через призму принципов Котлера. Введение в контекст маркетинга и его практики. Основные процессы маркетинговой деятельности: подготовка, определение рынка по Абеллю, внутренний и внешний анализ, «П» - понятийный аппарат маркетинга, сети, потребители, конкуренция, SWOT, стратегический выбор, стратегия. Практические примеры из деятельности ведущих музеев РФ и мира.
Тема 2	Кросскультурный маркетинг	Маркетинговое мышление в контексте международных и российских примеров. Эволюция теории и практики маркетинга и его будущее. Управление изменениями с применением инструментов маркетинга. Маркетинг и государственное управление. Маркетинг в сфере культуры.
Тема 3	Привлечение новых аудиторий и образ «потребителя»	Как исследовать, картировать, и учиться у потенциальной аудитории? Какая поддержка может быть оказана правительством/государством в этой области? Как выглядит существующая, потенциальная и нежелательная аудитории? Что мы можем узнать у них? Как исследовать, измерять и строить маркетинговые модели для управления сферой культуры? Какие научные модели маркетинга существуют?
Тема 4	Маркетинг городов и регионов	Модернизация, рост и развитие регионов и городов. Готовы ли мы к этим изменениям? Культура и коммуникация. Современные контексты – глубинные маркетинговые исследования.
Тема 5	Сотрудничество или отношения заинтересованных сторон	Ситуационный или экологический подход. Сотрудничество или индивидуальный подход? Отношения между культурой и властью: история и будущее (анализ примеров).
Тема 6	Коммерческие компании: успешные маркетинговые решения	Коммерческие инновации в сочетании с идеями социально-культурного плана. Есть ли потенциал для объединения и взаимовыгодного обмена идеями?
Тема 7	Новые рынки, новые аудитории	Социальная координация и принципы сетевого сотрудничества (европейские культурные сети). Как

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
		маркетинг может найти новые рынки, новый бизнес решения, новую аудиторию, используя инструменты сотрудничества и участия.
Тема 8	Знания и роль образования	Персонал должен быть хорошо обучен, организации постоянно работают над совершенствованием системы управления персоналом (управления человеческими ресурсами). Как это применимо в управлении сферой культуры?
Тема 9	Маркетинг как залог устойчивого развития в будущем	Аудит эффективности маркетинговых решений в управлении сферой культуры и креативных индустрий в эпоху постиндустриальной и информационной экономики.
Тема 10	Маркетинговое консультирование	Подготовка к написанию, эссе, презентация, разбор и обсуждение управленческих и маркетинговых кейсов, подготовленных обучающимися.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Текущий контроль успеваемости

4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости

В ходе реализации дисциплины «Маркетинг» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся: устный опрос.

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Курс предполагает изучение одной темы в течении 2 занятий (2 недели). Тематика на каждый месяц дается в таблице выше. Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов обучающихся в группе.

Подготовка к практическим занятиям по дисциплине основывается на аналитической работе с текстом источника по теме пройденного занятия и включает подготовку к обсуждению избранного текста по каждой из тем в структуре дисциплины.

Для подготовки к практическим занятиям обучающийся использует список основной/дополнительной литературы и информационные ресурсы.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Зачет с оценкой в 6 семестре проводится в форме эссе. Эссе пишется обучающимися дома. Темы эссе даются обучающимся на выбор из предварительного списка, в рамках которого они могут выбирать.

4.2.2. Типовые оценочные средства

Темы эссе:

1. Глобализация: взаимообогащение или взаимоуничтожение культур
2. Культурное и природное наследие как важнейший элемент маркетинга и продвижения территории
3. Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности в сфере культуры

4. Методы формирования спроса и приемы стимулирования культурного потребления
5. Миссия, видение, стратегия как маркетинговые инструменты, задающие целостность организационной системы культурной институции или проекта
6. Общее содержание маркетинговой стратегии. Факторы, определяющие маркетинговую стратегию на примере культурной институции или проекта
7. Оценка эффективности процессов управления персоналом
8. Сегментация рынка. Позиционирование культурного продукта
9. Социальная ответственность бизнеса: благо общества или бизнес-интерес
10. Управление изменениями: понятие «развития», работа с сопротивлением изменениям, маркетинговые инструменты
11. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований

Эссе состоит из пяти частей (рекомендованные объемы частей написаны в скобках):

* обоснование выбора конкретной экономической или бизнес-ситуации, репрезентативной для конструирования гипотезы и исследовательского вопроса в пределах заявленной проблематики: содержит не только формулировку, но и демонстрирует ход рассуждений: посылки, аргументы, вывод. [не менее 3000 знаков].

* обоснование структуры кейсов, а также выбора методологии анализа и содержания критической позиции обучающегося по поводу предшествующей аналитики подобных бизнес-прецедентов [не менее 3000 знаков].

* демонстрация своей личной позиции, тезиса, который не может заключаться в простом согласии или несогласии с ранее озвученными методами [не менее 1000 знаков].

* доказательство своего тезиса — [не менее 3000 знаков].

* заключение, в котором автор кратко сопоставляет свою позицию с позицией автора текста и делает общий вывод по теме уже вне контекста анализируемого текста [не менее 2000 знаков].

Шкала оценивания

6 семестр:

Форма промежуточной аттестации	**Критерии оценивания**	**Оценка (баллы)**
Эссе	Логичная структура с последовательным развитием тезиса. Аргументы прописаны полно, используется профессиональный язык, представлены адекватные иллюстрации к ним. Соблюдены орфографические, пунктуационные, стилистические нормы русского языка; композиция ясна и логична Работа выполнены строго в рамках академического стиля письма. Работа соответствует всем стандартам оформления учебных письменных текстов, библиография практически не содержит ошибок в оформлении списка литературы. Работа соответствует заявленной теме полностью. Суждения оригинальны, интерпретации отличаются новизной.	Зачтено «Отлично» (81-100)
	Структура логична, но аргументы в поддержку тезиса не всегда последовательны. Аргументы представлены полно, однако профессиональный язык используется не всегда, представлены адекватные иллюстрации к ним. Соблюдены орфографические, пунктуационные, стилистические нормы русского языка; композиция ясна и логична Работа написана в основном в рамках академического стиля письма, однако есть элементы публицистического стиля.	Зачтено «Хорошо» (61-80)

	Работа соответствует большинству стандартов оформления учебных письменных работ, библиография практически не содержит ошибок в оформлении списка литературы. Работа в основном соответствует заявленной теме, есть одно или два незначительных отступления в сторону. Суждения в основном оригинальны, интерпретации следуют общепринятой позиции по теме.	
	Структура местами не логична, аргументы в поддержку тезиса не всегда последовательны. Аргумент не расписан, используются элементы профессионального языка, иллюстрации носят случайный характер. Есть нарушения орфографических, пунктуационных, стилистических норм русского языка, что затрудняет понимание текста Работа написана не в академическом стиле, однако содержит его элементы; Работа отклоняется от принятых стандартов оформления письменных учебных работ, библиография содержит значительное количество ошибок в оформлении списка литературы. Содержание работы в основном не соответствует теме, однако части ее соответствуют. Суждения следуют общепринятой позиции, однако их обоснование самостоятельно, интерпретации следуют общепринятой позиции по теме.	Зачтено «Удовлетво-рительно» (41-60)
	Структура местами не логична, аргументы в поддержку тезиса носят случайный характер. Аргументация отсутствует в тексте, профессиональный язык игнорируется. Текст содержит очевидно значительные и многочисленные отклонения от норм использования русского языка Работа написана не в академическом стиле. Работа отступает от большинства стандартов оформления письменных учебных работ, библиография оформлена не по принятым правилам оформления списка литературы. Содержание работы не соответствует теме. Суждения следуют общепринятой позиции, отсутствует самостоятельное их обоснование, попытки самостоятельной интерпретации отсутствуют из-за ссылок на авторитеты.	Не зачтено (0-40)

4.3. Методические материалы

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (семинары), так и различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств обучающихся и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

Знание курса поможет обучающемуся повысить интерес к профессиональной подготовке, изучению специальных дисциплин; получить навык самостоятельной работы в библиотеке с учебной и монографической литературой при подготовке к семинарским занятиям, практикумам.

Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе является самостоятельной научной работой, выполненной в соответствии с тематикой и проблематикой пройденной учащимися дисциплины. В процессе выбора темы и постановки проблемы эссе обучающимся рекомендуется консультироваться с преподавателем.

Рекомендованная структура эссе:

1) Титульный лист.
2) Оглавление.
3) Введение (подробное обоснование темы, постановка проблемы).
4) Основная часть: изложение материала, подкрепленного ссылками на использованные источники, концептуальная часть, рабочие понятия, критическая аргументация,

эмпирические данные, организация и результаты собственного исследования (если проводилось). Основная часть работы должна быть разделена на главы или параграфы, имеющие содержательное название.

5) Заключение (выводы).
6) Список использованной научной литературы и источников.

Оформление письменной работы

Письменная работа должна быть оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями. В противном случае она не принимается к оцениванию.

Текст печатается через 1,5 интервала шрифтом Times New Roman, кегль 12.

Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного листа, однако номер страницы на нем не ставится.

Введение, каждая глава, заключение, список использованной литературы и приложения начинаются с новой страницы.

Таблицы и рисунки имеют отдельную сквозную нумерацию и название.

Ссылка на используемую литературу оформляется в виде сноски внизу страницы.

Нумерация сносок сквозная для каждой страницы текста. При первом упоминании источника выходные сведения указываются в полном объеме.

Пример:

Кутепов В. И., Виноградова А. Г. Искусство Средних веков. М.: Проспект, 2006. С. 144.

Адорно Т. В. К логике социальных наук // Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

или, если о данной статье говорится в тексте документа: Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому документу, то в начале ссылки приводят слова: «Цит. по:» (цитируется по) с указанием источника заимствования.

Пример:

Цит. по: Флоренский П. А. У водоразделов мысли. М., 1990. Т. 2. С. 27.

Повторную ссылку на один и тот же документ (группу документов) или его часть приводят в сокращенной форме.

Пример:

первичная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. М.: КНОРУС, 2010. С. 19.

повторная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. С. 23.

При последовательном расположении на одной странице первичной и повторной ссылок текст повторной ссылки заменяют словами «Там же» или «Ibid.» (ibidem) для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу первоисточника к словам «Там же» добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Там же» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2004. С. 58.

Повторная ссылка: Тамже. С. 81.

Первичная ссылка: Patton M. Q. Developmental evaluation: applying complexity concepts to enhance innovation and use. New York: Guilford Press, 2010. Pp. 27.

повторная ссылка: Ibid. Pp. 96.

В повторных ссылках, не следующих за первичной ссылкой и содержащих запись на один и тот же документ, приводят фамилию автора, а основное заглавие и следующие за ним повторяющиеся элементы заменяют словами «Указ. соч.» (указанное сочинение), «Цит. соч.» (цитируемое сочинение), «Op. cit.» (opus citato — цитированный труд) — для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу к

словам «Указ. соч.» (и т.п.) добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Указ. соч.» добавляют номер тома.

Примеры:
первичная ссылка: Козырев Г. И. Введение в конфликтологию. М.: Владос, 1999. С. 86.
повторная ссылка: Козырев Г. И. Указ. соч. С. 140.

Первичная ссылка: Putnam H. Mind, language and reality. Cambridge: Cambridge University Press, 1979. Pp. 12–13.
повторная ссылка: Putnam H. Op. cit. P. 25.

Ссылка на первоисточник в тексте осуществляется посредством указания в круглых скобках фамилии автора монографии или статьи и года издания работы, например, (Дюркгейм, 1995) или (Øvretveik, 1996).

Список литературы в конце работы имеет сквозную нумерацию источников. Сначала указываются нормативные акты, затем — монографии, научные статьи и другие источники.

Пример:
Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 3 февраля 1996 г. // Собрание Законодательства РФ. 1996. № 6. Ст. 492.

Принцип расположения остальных источников — алфавитный порядок фамилий авторов (отдельно на русском и английском языках). Сначала указывается фамилия автора, затем его инициалы. Если в список включаются несколько работ одного и того же автора, то в случае монографических публикаций работы располагаются по хронологическому принципу (опубликованные в одном и том же году снабжаются буквенными индексами, например, 2007а и 2007б), а затем идут работы в соавторстве.

При описании источника указываются: фамилия и инициалы автора, название монографии или статьи; для монографий — место и год издания, количество страниц; для статей — название журнала или коллективной монографии, год издания, том, номер, страницы.

Пример описания монографий:
Бахтин М. М. Формальный метод в литературоведении: критическое введение в социальную поэтику. М.: Лабиринт, 2003. 192 с.
Гуманистический подход к охране здоровья / Отв. ред. Н. Берковитц. М.: АспектПресс, 1998. 213 с.
Campbell P. H. The integrated programming team. London: Ashgate, 1987. 176 p.
Helping people change: a textbook of methods / Eds. F. H. Kanfer, A. P. Goldstein. Boston: Allyn and Bacon, 1991. 285 p.

Пример описания статей:
Владимирова И. М., Овчинников Б. В. Методика психологического консультирования в социальной работе // Вестник психосоциальной и коррекционно-реабилитационной работы. 1996. № 2. С. 14–30.
Шульман Л. Консультации // Энциклопедия социальной работы: В 3 т. / Под ред. Л. Э. Кунельского, М. С. Мацковского. М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1994. Т. 2. С. 31–34.
Øvretveit J. Five ways to describe a multidisciplinary team // Journal of Interprofessio-nal Care. 1996. № 2. Pp. 48–63.

При оформлении электронных ссылок для обозначения электронного адреса используют аббревиатуру «URL» (Uniform Resource Locator — унифицированный указатель ресурса).

Пример:

Жилищное право: актуальные вопросы законодательства: Электронный журнал. 2007. № 1. URL: http://www.gilpravo.ru (дата обращения: 20.08.2007).

или, если о данной публикации говорится в тексте документа: URL: http://www.gilpravo.ru

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Маркетинг» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки ведения публичной дискуссии, умения аргументировать и защищать выдвигаемые в них гипотезы, утверждения, положения.

Организация деятельности обучающегося по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности обучающегося
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям обучающимся необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления обучающихся по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, обучающийся обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные обучающиеся должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия обучающемуся рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала обучающемуся следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Лекционные занятия	Аудиторная форма занятий, предполагающая монологическое изложение преподавателем одной из тем дисциплин. Основная цель лекции – постановка и освещение проблемы, достижение понимания обучающимися предоставляемой информации, стимулирование интереса к изучаемому предмету.
Эссе	Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы. В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана обучающимся как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена обучающимся, исходя из его желания и научного интереса. Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов. Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.

Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов обучающихся в группе, а также динамики групповой и индивидуальной работы. Далее дается описание вопросов и соображения, которые нужно иметь ввиду, когда вы оцениваете ответы обучающихся.

Примерный регламент подготовительного этапа при подготовке к зачету (подготовка эссе дома):

- На написание эссе дается не менее 2-х недель.
- Обучающийся работает с источниками и вторичной литературой к нему.
- Эссе выполняется по структуре, предложенной преподавателем.
- В тексте эссе должны быть соблюдены основные требования, предъявляемые к академическому тексту: оформление цитирования, ссылок, библиографического описания.
- Обучающийся обязан сдать работу в срок, установленный преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

6.1. Основная литература

1. Эрик, Рис Бизнес с нуля: метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Рис Эрик ; перевод А. Стативка ; под редакцией Н. Нарциссовой. — 5-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 258 с. — ISBN 978-5-9614-5405-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/86804.html
2. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/445033

6.2. Дополнительная литература

1. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — ISBN 978-5-394-01664-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/75219.html
2. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. — 199 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/16475.html
3. Турчин В.С. Дух символизма. Русское и западноевропейское искусство в контексте эпохи конца XIX – начала XX века [Электронный ресурс] / Н. Хренов [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Прогресс-Традиция, 2012. — 696 с. — 978-5-89826-404-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21502.html

4. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 c. — ISBN 978-5-394-01553-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/75203.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Порядок организации и осуществления в Образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «Московская высшая школа социальных и экономических наук» образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры (утвержден приказом ОПНО «МВШСЭН» №27 от 20.05.2019)

6.4.Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации.

6.5.Интернет-ресурсы, справочные системы

1. Arts & Business Council Inc., online at: www.artsandbusiness.org
2. Arts News, online at: http://www.arts.org.uk
3. Arts Council www.artscouncil.org.uk
4. Association of Performing Arts Presenters, online at: www.artspresenters.org
5. ISPA - International Society for the Performing Arts - the Professional Association for
6. presenters, managers and producers, online at: www.ispa.org
7. Музей будущего: Информационные технологии и культурное наследие, online at: http://www.future.museum.ru
8. Научные музеи в XXI веке http://www.dynastyfdn.com/grants/museums

6.6.Иные источники

1 Матюшка В.Н. Управление проектами. Учебное пособие. М.: РУДН. 2010. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11440.html

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; укомплектована специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, обеспечивающими реализацию проектируемых результатов обучения.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Для обеспечения преподавания дисциплины требуется помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Информационные справочные системы и ресурсы:

ЭБС «IPRbooks» http://www.iprbookshop.ru/

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red

Lexis Nexis Academic (Lexis Uni) https://lexisnexis.com/

ЭБС «Мобильная библиотека ЛитРес» http://biblio.litres.ru/

ЭБС «Юрайт» https://biblio-online.ru/

Информационная справочная система Консультант Плюсhttp://www.consultant.ru/

Информационная справочная система Гарант http://www.garant.ru/

Профессиональная база данных Scopus https://www.scopus.com/

Профессиональная база данных Web of Science (WoS) https://webofknowledge.com/

Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

База социологических данных ВЦИОМ https://wciom.ru/database/

База данных Фонда общественного мнения https://fom.ru/

Технические и программные средства обучения:

Для обеспечения преподавания дисциплины используется набор демонстрационного оборудования:

- ноутбук (Windows 8.1 или 10) с программным обеспечением LibreOffice и (или) моноблок (Win 8.1) с программным обеспечением Office Standart
- проектор.