Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт государственной службы и управления

Кафедра зарубежного регионоведения и международного сотрудничества

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры зарубежного регионоведения и международного сотрудничества
Протокол от «26» июня 2018 г. № 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 Модуль «Аналитические исследования»
Б1.В.04.ДВ.04.01 Технологии международной ивент-индустрии

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

ТМИИ

(краткое наименование дисциплины (модуля))

41.03.01 «Зарубежное регионоведение»

(код, наименование направления подготовки)

Аналитика и консалтинг в международных отношениях (с углубленным изучением иностранных языков)

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

Автор–составитель:
доктор социологических наук, заведующий кафедрой зарубежного регионоведения и международного сотрудничества В.В. Комлева.

Заведующий кафедрой

Заведующий кафедрой зарубежного регионоведения и международного сотрудничества, доктор социологических наук В.В.Комлева.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО....4
3. Содержание и структура дисциплины....5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине....5
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....12
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....13
6.1. Основная литература....13
6.2. Дополнительная литература....13
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы....14
6.4. Нормативные правовые документы....14
6.5. Интернет-ресурсы....14
6.6. Иные источники....14
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....15

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

1.1 Дисциплина Б1.В.04.ДВ.04.01 Технологии международной ивент-индустрии обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-9	Способен проводить маркетинговые исследования территорий, консультировать по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий	ДПК-9.2	Способность осуществлять маркетинговые исследования по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
проводить маркетинговые исследования территорий, консультировать по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий	ДПК-9.2	на уровне знаний: демонстрирует знание, необходимых для формулирования целей, задач и результата маркетинговых исследований по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий
		на уровне умений: осуществляет маркетинговые исследования по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий; анализирует полученные результаты
		на уровне навыков: вносит предложения для рекламы, связей с общественностью по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.04.ДВ.04.01 Технологии международной ивент-индустрии составляет 2 зачётные единицы, 72 часа.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 48 часов: лекционные занятия – 16 часов, практические занятия – 32 часа. Самостоятельная работа составляет 24 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.04.ДВ.04.01 Технологии международной ивент-индустрии предусмотрена на 3 курсе, в 6 семестре.

Дисциплина Б1.В.04.ДВ.04.01 Технологии международной ивент-индустрии относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».
Достижение планируемых результатов обучения опирается на
Б1.В.02.01 Мировая экономика и международные экономические отношения (4 семестр),
Б1.В.02.ДВ.01.01 Гуманитарные проблемы современной цивилизации (4 семестр),
Б1.В.02.ДВ.01.02 Гуманитарные проблемы современной цивилизации (Humanitarian problems of modern civilization) (4 семестр),
Б1.В.02.ДВ.01.03 Современные международные отношения (4 семестр),
Б1.В.02.ДВ.01.04 Современные глобальные проблемы и Россия в глобальной политике (4 семестр),
Б1.В.02.ДВ.01.05 Транснациональные корпорации (4 семестр),
Б1.В.02.ДВ.01.06 Транснациональные корпорации (Global companies) (4 семестр).
Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины
Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Event-менеджмент как индустрия	14	4		6		4	О
Тема 2	Мероприятия как основной элемент event-менеджмента	14	4		6		4	О
Тема 3	Этапы жизненного цикла мероприятия	14	4		6		4	О
Тема 4	Выбор концепции мероприятия	14	2		6		6	О
Тема 5	Реализация проекта.	16	2		8		6	О, Р
Промежуточная аттестация								За
	Всего:	72	16		32		24	

Примечание:
*** формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р).*
**** - формы промежуточной аттестации: зачет (За).*

Содержание дисциплины

Тема 1 Event-менеджмент как индустрия

Эвент-менеджмент, событийный менеджмент, event-менеджмент (англ. event-management — управление событиями) — практическое применение менеджмента в области проектирования проведения и организации мероприятий и событий; исследование сложности брэнда события, идентификация потенциальных клиентов-участников события, создание концепции события, планирование логистики события и координирование его технических аспектов вплоть до реализации практических методов его проведения и организации; один из видов стратегического менеджмента; основное направление практической эвентологии. Средства эвент-менеджмента. Услуги эвент-менеджмента.

Эвент-менеджмент как бизнес. Карьерные возможности эвенто-менеджера открываются в следующих отраслях бизнеса: 1. Эвент-менеджмент 2. Консультации по эвент-менеджменту 3. Гостиницы, путешествия и отрасли бизнесгостеприимства 4. Рекламные агентства 5. Фирмы связей с общественностью 6. Корпорации 7. Средства массовой информации 8. Некоммерческие организации 9. Интегрированные маркетинговые компании коммуникаций

Категории событий. События на основании намерений и целей, ради которых они проводятся, могут быть классифицированы в четыре широких категории: 1. События досуга: спорт, музыка, отдых. 2. Культурные события: церемониальные, религиозные, мемориальные и фольклорные. 3. Персональные события: торжества, юбилеи, свадьбы, дни рождения. 4. Организационные события: коммерческие, политические, благотворительные, торговые, промышленные.

Тема 2 Мероприятия как основной элемент event-менеджмента

Понятие мероприятия. Классификация мероприятий в event-менеджменте. Типы мероприятий. Цели мероприятий. Результаты для участников. Результаты для организаторов. Мероприятия для прессы. Выездные мероприятия. Развлекательные мероприятия. Торжественные мероприятия. Благотворительные мероприятия. Массовые мероприятия. Спортивные мероприятия. Мультипликативный маркетинговый эффект от event-мероприятий. Целевая аудитория event-мероприятий – внутренняя; внешняя; комбинированная.

Тема 3 Этапы жизненного цикла мероприятия

Этапы жизненного цикла мероприятия, их характеристика. Исследование. Творческая разработка. Планирование. Реализация и координация. Анализ результатов. Характеристика каждого этапа. Методы, применяемы на каждом этапе, обоснование их применения.

Тема 4 Выбор концепции мероприятия

Планирование мероприятий. Цели, элементы достижения цели, их «вплетение» в проект мероприятий, целевые аудитории, задачи проводимо мероприятия. Основные элементы планирования: – цели и задачи мероприятия; – концепция мероприятия; – время и место проведения; – время и темп исполнения; – пути достижения целей; Необходимые ресурсы и распределение работ: а) персонала; б) техники и оборудования; в) бюджета; – работа с поставщиками и субподрядчиками. Время и темп исполнения. Ограничения при разработке концепции мероприятия. Первична, вторичная аудитория мероприятия. Выбор лиц вашего мероприятия. Сюжетные мероприятия. Тематические мероприятия. Сюжеты для проведения тематических корпоративных праздников. Персонажи сценариев. Система ценностей клиента. Ожидания и страх клиента. Формирование позитивных впечатлений и воспоминаний. Рекламные идеи. Мероприятия в мероприятиях. Сегментирование целевой аудитории.

Работа с прессой. Форматы мероприятий для прессы. Пресс-конференция. Круглый стол. Прессланч. Пресс-брифинг. Интернет-прессконференция. Личная встреча с журналистами (в ресторане, кафе или бизнес-центре). Пресс-тур. Дни открытых дверей. Рекомендации выступающим. Рекомендации модеараторам.

Тема 5 Реализация проекта.

Этапы реализации. Их характеристика. Распределение времени на реализацию проекта. Поводом для проведения мероприятия могут стать: – общественные или религиозные праздники; – годовые циклы (например, завершение финансового года, начало летнего сезона); – годовщины, юбилеи, памятные даты; – важные события, новости; – традиции; – запуск нового продукта. Написание концепции мероприятия. Составление графика

выполнения работ. Планирование ресурсов и распределение работ: время, знания, финансы, персонал, техническая база, опыт, связи, базы данных, продукты, подходы, известность Схема оперативного управления.
Спонсорство. Оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора. Типы спонсоров: Технический, информационный, финансовый. Спонсорские привилегии. Статус и размер спонсорского вложения.
Помещение. Выбор места проведения мероприятия. Примеры рассадки, правила рассадки гостей. Расчет необходимой площади помещения.
Распределение работ по проектам. Распределение работ по функциям. Документы при подготовке мероприятия, которые отражают состояние дел на каждом этапе.
Мотивация временного персонала.
Основные риски, связанные с невыполнением плана. Риски, связанные с участниками. Необходимые качества организатора мероприятия. Компьютерные риски. Риски, связанные с подрядчиками. Учет инвентаря. Страхование и юридические вопросы. Финансовые риски и способы их нейтрализации.
Мотивирование участников. Измерение и оценка мероприятия. Число участников: общее и по различным категориям. Активность участников. Эффективность рекламных каналов. Удовлетворенность участников. Финансовые показатели. Идеи для размещения логотипа вашей компании, слогана мероприятия и пр.
Сайт мероприятия. Основные проблемы, которых следует избегать при разработке сайта мероприятия. Основные содержательные блоки сайта. Инструменты продвижения мероприятия.

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

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.04.ДВ.04.01 Технологии международной ивент-индустрии используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Event-менеджмент как индустрия	опрос
Тема 2	Мероприятия как основной элемент event-менеджмента	опрос
Тема 3	Этапы жизненного цикла мероприятия	опрос
Тема 4	Выбор концепции мероприятия	опрос
Тема 5	Реализация проекта.	Опрос, защита рефератов

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам и заданиям.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:
- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам (дискуссиям),
- участие в обсуждении докладов.
- защита реферата.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защита реферата.
Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы темы для подготовки к опросам (дискуссиям) (темы докладов):

Тема 1 Event-менеджмент как индустрия

1. Услуги эвент-менеджмента.
2. Эвент-менеджер .
3. Эвент-менеджмент как бизнес

Тема 2 Мероприятия как основной элемент event-менеджмента

1. Классификация мероприятий в event-менеджменте.
2. Типы мероприятий.
3. Разработка мероприятия.

Тема 3 Этапы жизненного цикла мероприятия

1. Методы, применяемы на каждом этапе, обоснование их применения.
2. Анализ лучших проектов

Тема 4 Выбор концепции мероприятия

1. Этапы планирования мероприятия.
2. Ресурсы для реализации мероприятия.
3. Выработка концепции мероприятия.
4. Риски реализации проекта.

Тема 5 Реализация проекта

1. Основные этапы.
2. Поводы проведения мероприятий.
3. Составление графика работы.
4. Программа продвижения мероприятия.
5. Бюджетирование мероприятия.
6. Экономические показатели деятельности event-агентства

Перечень тем рефератов

1. Событийный маркетинг
2. Применение событийного маркетинга на различных рынках.
3. Примеры успешных event-проектов.
4. Event-менеджмент - стратегический подход.
5. Сюжетные event-мероприятия.
6. Тематические event-мероприятия.
7. Эффективность event-мероприятия.
8. Сфера применения Event-менеджмента.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-9	Способен проводить маркетинговые исследования территорий, консультировать по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий	ДПК-9.2	Способность осуществлять маркетинговые исследования по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**
ДПК-9.2 Способностью осуществлять маркетинговые исследования по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий	Формулирование целей, задач и результата маркетинговых исследований по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий Разработка плана и графика реализации маркетинговых исследований	Осуществляет маркетинговые исследования по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий Анализирует полученные результаты Вносит предложения для рекламы, связей с общественностью по вопросам развития, позиционирования и продвижения интересов территорий

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. События досуга: спорт, музыка, отдых.
2. Культурные события: церемониальные, религиозные, мемориальные и фольклорные.
3. Персональные события: торжества, юбилеи, свадьбы, дни рождения.
4. Организационные события: коммерческие, политические, Event-менеджмент.
5. Этапы выработки концепции мероприятия.
6. Услуги Event -менеджмента.
7. Классификация мероприятий в event-менеджменте.
8. Типы мероприятий.
9. Разработка Event-проекта.
10. Функции Event-менеджера
11. Этапы жизненного цикла мероприятия.
12. Методы, применяемы на каждом этапе, обоснование их применения.
13. Исследование – этап разработки концепции Event-проекта.
14. Творческая разработка Event-проекта.
15. Планирование Event-проекта.

16. Реализация и координация Event-проекта.
17. Анализ результатов реализации Event-проекта.
18. Мероприятия для прессы, виды и характеристика.
19. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
20. Развлекательные мероприятия, виды и характеристика.
21. Торжественные мероприятия, виды и характеристика.
22. Благотворительные мероприятия, виды и характеристика.
23. Массовые мероприятия, виды и характеристика.
24. Спортивные мероприятия, виды и характеристика.
25. Мультипликативный маркетинговый эффект от event-мероприятий.
26. Целевая аудитория event-мероприятий.
27. Внутренняя аудитория event-мероприятий
28. Внешняя аудитория event-мероприятий
29. Комбинированная аудитория event-мероприятий.
30. Категории событий. События на основании намерений и целей, ради которых они проводятся
31. благотворительные, торговые, промышленные.
32. Основные этапы реализации event-проекта.
33. Программа продвижения мероприятия.
34. Бюджетирование мероприятия.
35. Экономические показатели деятельности event-агентства.
36. Этапы планирования мероприятия.
37. Ресурсы для реализации мероприятия.
38. Продвижение мероприятия.
39. Необходимые ресурсы и распределение работ в разработке и реализации Eventпроекта.
40. Поводом для проведения мероприятия.
41. Мотивирование участников.
42. Измерение и оценка мероприятия.
43. Число участников: общее и по различным категориям.
44. Активность участников.
45. Эффективность рекламных каналов.
46. Удовлетворенность участников.
47. Финансовые показатели.
48. Идеи для размещения логотипа компании, слогана мероприятия и пр.
49. Сайт мероприятия.
50. Основные проблемы, которых следует избегать при разработке сайта мероприятия.
51. Основные содержательные блоки сайта. 52. Инструменты продвижения мероприятия.
53. Спонсорство.
54. Оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора.
55. Типы спонсоров: Технический, информационный, финансовый. Спонсорские привилегии.
56. Статус и размер спонсорского вложения.

Задания к зачету:

1.Охарактеризуйте технологии коррекции группового имиджа.
2.Проанализируйте имидж ведущих партий России.
3.Дайте характеристику основных критериев эффективного имиджа корпорации.
4.Проанализируйте внешний имидж учебного заведения в восприятии абитуриентов
5.В чем заключается проблема формирования имиджа с заданными характеристиками качества.
6.Раскройте на примере понятие бренда и основные социально-психологические закономерности его формирования.

Шкала оценивания.
Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.
При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:
- обучающемуся выставляется оценка «не зачтено» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «зачтено» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Студент допускается к зачету по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Зачет проводится в форме ответа на вопросы и выполнения практических заданий, представленных в Разделе 4.3.2. Готовиться к экзамену необходимо последовательно, на протяжении всего периода изучения дисциплины.

Студенту необходимо внимательно изучить и осмыслить содержание вопросов к зачету, отраженное в рекомендованных учебниках и других источниках (Интернет-ресурсы, научно-методические журналы и пр.). Структурировать теоретический материал, составить план его представления.

Ответ вопрос и решение практического задания важно излагать с позиции значения для профессиональной деятельности. При этом важно показать знание не только теории вопроса, но и практическое применение.

Результат по сдаче зачета объявляется студентам и вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Оценка «не зачтено» проставляется в ведомости.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Методические указания по самостоятельной подготовке к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):

1. Функции Event-менеджера
2. Исследование – этап разработки концепции Event-проекта.
3. Творческая разработка Event-проекта.
4. Мероприятия для прессы, виды и характеристика.
5. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
6. Развлекательные мероприятия, виды и характеристика.
7. Торжественные мероприятия, виды и характеристика.
8. Благотворительные мероприятия, виды и характеристика.
9. Массовые мероприятия, виды и характеристика.
10. Спортивные мероприятия, виды и характеристика.
11. Мультипликативный маркетинговый эффект от event-мероприятий.

Методические указания по подготовке докладов:

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.
Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.
Предлагается следующая структура доклада:
1. Введение:
– указывается тема и цель доклада;
– обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.
2. Основное содержание доклада:
– последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
3. Заключение:
– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические рекомендации по написанию реферата:
Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.
Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.
Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.
Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.
Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.
Объем реферата 7-15 стр.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Коротков А.В. Маркетинговые исследования 3-е изд., пер. и доп. Учебник для бакалавров - М.: Издательство Юрайт, 2014. - (ЭБС "Юрайт" http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.3A4D7433-20D1-4D08-B121-8FBF24B5B01A&type=c_pub)

6.2. Дополнительная литература

1. Коротков Э.М. Исследование систем управления 3-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата - М.: Издательство Юрайт, 2015. - (ЭБС "Юрайт" http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.55624792-D4CF-4EE8-AB21-430E15CAF932&type=c_pub)

2. Кравченко А.И. Методология и методы социологических исследований. Учебник для бакалавров - М.: Издательство Юрайт, 2015. - (ЭБС "Юрайт" http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.8F619903-7593-409F-8EFD-7221A7057E8D&type=c_pub)
3. Никифорова Н.А., Тафинцева В.Н. Управленческий анализ. теория и практика 2-е изд., испр. и доп. Учебник для бакалавров - М.: Издательство Юрайт, 2014 - (ЭБС "Юрайт" http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.72514A12-1082-4BCA-8CFD-6B883F343BF3&type=c_pub)
4. Nicholas Sheard Regional policy in a multiregional setting: when the poorest are hurt by subsidies Review of World Economics / Weltwirtschaftliches Archiv. - Vol. 148, No. 2 (June 2012), pp. 403-423 - ЭБС Jstor http://www.jstor.org/stable/41485801

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html.— ЭБС «IPRbooks»
2. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html.— ЭБС «IPRbooks»

6.4. Нормативные правовые документы

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года.(Утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. N 2227-р).

6.5. Интернет-ресурсы

1. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: http://www.edulib.ru/
2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm
3. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: http://www.inion.ru/product/db.htm
4. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: http://ecsocman.edu.ru/
5. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: http://www.edu.ru/
6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx

6.6. Иные источники

1. Реутская И.В. Экономическое прогнозирование [Электронный ресурс]: конспект лекций для магистрантов направления подготовки 080200 - Менеджмент, магистерской программы «Общий и стратегический менеджмент». Учебное пособие/ И.В. Реутская— Электрон. текстовые данные.— Краснодар: Южный институт менеджмента, 2013.— 33 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/26002.html.— ЭБС «IPRbooks»
2. Русинова О.С. Региональное управление и территориальное планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ О.С. Русинова— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015.— 243 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/63002.html.— ЭБС «IPRbooks»

3. Богдан С.В. Основы экспертно-консультационной деятельности и социально-культурного консалтинга [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие по направлению подготовки 071800 Социально-культурная деятельность, квалификация (степень) «магистр»/ С.В. Богдан, Е.В. Семенова— Электрон. текстовые данные.— Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2013.— 91 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/56470.html.— ЭБС «IPRbooks»

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSB 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: http://lib.ranepa.ru/; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: http://grebennikon.ru/; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: http://e.lanbook.com; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: http://www.biblio-online.ru/.