

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Брендинг в практике рекламы и связей с общественностью»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Мышанский Андрей Алексеевич, кандидат исторических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Брендинг в практике рекламы и связей с общественностью»
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

**1.Наименование дисциплины:** «Брендинг в практике рекламы и связей с общественностью».

Цель дисциплины — овладение компетенциями в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию нематериальных активов (брендов) и текста рекламы и связей с общественностью, и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-3.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта. ПК-3.2 Владеет навыками разработки мер по созданию нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	<b>Знать:</b> - инструменты создания брендов территорий.  <b>Уметь:</b> - создавать и редактировать авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.  <b>Владеть:</b> - навыками разработки мер по созданию брендов территорий; - навыками использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.
ПК-4 Способен управлять массовыми коммуникациями, а также внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности/региона, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом для повышения политической, социальной и экономической успешности региона	ПК-4.1 Находит и использует государственные программы по поддержке развития туристической привлекательности территорий. ПК-4.2 Демонстрирует знания государственных стандартов к формированию туристских услуг. ПК-4.3 Разрабатывает варианты стратегий развития территории и проекты территориальных брендов.	<b>Знать:</b> – основные понятия маркетинга и брендинга территорий; – предпосылки возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; – специфику деятельности по формированию бренда территории и его управлению.  <b>Уметь:</b> - принимать участие в разработке и реализации проектов в области формирования бренда территории.

		<b>Владеть:</b> - методиками проведения SWOT-анализа территории, навыками оценки соотношения планируемого результата и затрачиваемых ресурсов.
--	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Брендинг в практике рекламы и связей с общественностью» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин подготовки магистрантов по направлению «Реклама и связи с общественностью» профиль «Геобрендинг и урбанистика».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия	Историческое развитие взглядов на продвижение товаров и торговых марок. Товарные знаки: словесные, изобразительные, объемные, звуковые, динамические. Марочные ассоциации, связанные с товарной категорией (стержневые, основные, ожидаемые, дополнительные,

		потенциальные). Торговая марка как комплекс марочных ассоциаций, свойства торговой марки, капитализация торговой марки, стоимость торговой марки.
2	Тема 2. Позиционирование торговой марки	<p>Основные тезисы теории позиционирования торговой марки. Основные задачи позиционирования. Позиция торговой марки. D&amp;P-анализ как метод изучения целевой аудитории для разработки позиционирования торговой марки. Способ разработки позиционирования торговой марки. Системы способов разработки позиционирования. Основные требования к выбору позиции торговой марки. Основные ошибки позиционирования. Ценовое позиционирование. Использование КФУ для разработки позиционирования торговой марки. Критерии выбора позиционирования торговой марки из нескольких возможных вариантов. Трансляция позиционирования торговой марки. Убеждающие и информирующие доказательства позиционирования торговой марки. Использование стереотипов в разработке позиционирования торговой марки. Эмоционирование торговой марки. Позиционирование в современных российских рыночных отношениях. Презентация разработки позиционирования на примере реальных разработок для российских и зарубежных торговых марок. Позиционирование широко известных торговых марок. Разработка позиционирования торговой марки продукции. Разработка позиционирования торговой марки услуги.</p>
3	Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки	<p>Словесный товарный знак как транслятор позиционирования торговой марки. Обязательные требования к разработке словесного товарного знака. Желаемые требования к разработке словесного товарного знака. Основные ошибки при разработке словесного товарного знака. Алгоритм разработки словесного товарного знака. Сущность и понятие термина «by-line торговой марки». Методы разработки словесного товарного знака. Презентация разработки словесного товарного знака на примере реальных разработок для российских торговых марок. Разработка словесного товарного знака торговой марки продукции. Разработка словесного товарного знака торговой марки услуги.</p>
4	Тема 4. Терминологические основы брендинга	<p>Бренд как «сильная» торговая марка. Характеристики «сильной» торговой марки (бренда). Брендинг как следствие становления</p>

		общества потребления. Основные преимущества бренда. Сущность и основная задача брендинга. Сущность понятия «лояльный потребитель». Брендинг как один из инструментов маркетинга. Две культуры брендинга. Терминология брендинга. Образ бренда. Имидж бренда. Основные принципы систематизации марочных ассоциаций. Система образа бренда. Ассоциативная платформа бренда товара. Ассоциативная платформа бренда услуги. Ассоциативные платформы широко известных брендов.
5	Тема 5. Технология разработки системы образа бренда	«Комплексный образ бренда» как технология разработки целостного образа бренда для внедрения его в сознание потребителей. Основные принципы разработки образа бренда. Презентация разработки образа бренда на примере реальных разработок для новосибирских торговых марок. Типы сегментирования рынка, целевая аудитория бренда. Портрет типичного потребителя. Миссия бренда. Обещание бренда и «Картинка обещания бренда». Физические атрибуты бренда (товарные границы бренда). Рациональные выгоды бренда. Эмоциональные выгоды бренда. Портрет бренда как личности. Взаимоотношения типичного потребителя и бренда. Комплекс идентификаторов бренда. Бренд как символ. Бренд как организация. Легенда бренда. Разработка комплексного образа бренда продукции. Разработка комплексного образа бренда услуги.

#### 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1	Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия	Презентация «Марочные ассоциации» Определить стержневые, основные, ожидаемые, дополнительные и потенциальные марочные ассоциации в двух выбранных товарных категориях (продукция и услуга). Определить набор марочных ассоциаций с разделением на ассоциации с товарной категорией, ассоциации с торговой маркой и личные ассоциации. Определить набор марочных ассоциаций, связанных с очень известной торговой маркой продукции и известной торговой маркой услуги.
2	Тема 2. Позиционирование торговой марки	Презентация «Позиционирование торговой марки».

		<p>Разработать варианты позиционирования торговой марки продукции и торговой марки услуги. Один вариант позиционирования торговой марки продукции и один вариант позиционирования торговой марки услуги прописать по схеме описания позиционирования. Выбрать 2 известные торговые марки продукции и 2 известные торговые марки услуги и описать их позиционирование.</p> <p>Разработать информирующие и убеждающие доказательства основного варианта позиционирования торговой марки продукции и торговой марки услуги. Разработать эмоциональное позиционирование торговой марки продукции и торговой марки услуги.</p>
3	Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки	<p>Презентация «Нейминг»</p> <p>Разработать наименование торговой марки продукции и наименование торговой марки услуги с трансляцией основного варианта позиционирования.</p>
4	Тема 4. Терминологические основы брендинга	<p>Презентация «Ассоциативная платформа»</p> <p>Разработать ассоциативную платформу бренда продукции и бренда услуги.</p>
5	Тема 5. Технология разработки системы образа бренда	<p>Презентация «Система образа бренда»</p> <p>Разработать идентификационный комплекс бренда продукции и бренда услуги.</p> <p>Разработать комплексный образ бренда продукции и бренда услуги.</p>

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	Тема 1. Торговая марка: сущность и основные понятия	<p>Анализ товарных знаков: словесных, изобразительных, объемных, звуковых, динамических (на примерах наиболее успешных брендов).</p> <p>Выявление различных видов марочных ассоциаций, связанных с конкретной торговой маркой.</p> <p>Рассмотрение комплекса марочных ассоциаций как единого целого в сознании потребителя (на примерах наиболее успешных торговых марок). Представление и защита презентаций по теме.</p>
2	Тема 2. Позиционирование торговой марки	<p>Анализ существующей позиции торговой марки.</p> <p>Разбор основных требований к выбору позиции торговой марки.</p> <p>Определение критериев выбора позиционирования торговой марки из нескольких возможных вариантов.</p>

		<p>Рассмотрение примеров использования стереотипов мышления в разработке позиционирования торговой марки.</p> <p>Презентация разработки позиционирования на примере реальных разработок для российских и зарубежных торговых марок. Представление и защита презентаций по теме.</p>
3	Тема 3. Текстовые идентификаторы торговой марки	<p>Рассмотрение обязательных и желательных требований к разработке словесного товарного знака на примерах.</p> <p>Анализ основных ошибок при разработке словесного товарного знака.</p> <p>Разбор сущности и понятия термина «by-line торговой марки».</p> <p>Освоение алгоритма разработки словесного товарного знака. Представление и защита презентаций по теме.</p>
4	Тема 4. Терминологические основы брендинга	<p>Анализ понятия бренда. Рассмотрение характеристик бренда.</p> <p>Понимание и использование брендинга как одного из инструментов маркетинга.</p> <p>Формирование имиджа бренда.</p> <p>Рассмотрение основных принципов систематизации марочных ассоциаций.</p> <p>Ассоциативная платформа бренда. Представление и защита презентаций по теме.</p>
5	Тема 5. Технология разработки системы образа бренда	<p>Типы сегментирования рынка, определение целевой аудитории бренда. Построение портрета потребителя.</p> <p>Понимание миссии бренда. Значимость обещания бренда, построение «картинки обещания бренда».</p> <p>Восприятие бренда потребителем. Выгоды бренда: рациональные и эмоциональные.</p> <p>Взаимоотношения типичного потребителя и бренда.</p> <p>Рассмотрение комплекса идентификаторов бренда, анализ на примере существующих брендов.</p> <p>Выстраивание системы образа бренда.</p> <p>Представление и защита презентаций по теме.</p>

#### Требования к самостоятельной работе студентов

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение

авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

**См. Приложение 1.**

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

**Основная литература**

1. Бренд в современной культуре: [монография]/ [Л. М. Дмитриева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой; Омск. гос. техн. ун-т. - Москва: Магистр; Москва: Инфра-М, 2018. - 197, [1] с.: ил.; 20 см. - Библиогр.: с. 191-198. - ISBN 978-5-9776-0369-0. - ISBN 978-5-16-011410-1: 642.60, 642.60, р.  
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: НА(1)
2. Макаров, А. Н. Брендинг территории как инструмент развития региона : монография / А. Н. Макаров, С. И. Жук, Д. А. Искандарова. - Ставрополь : Логос, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-907258-38-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870647>.
3. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. - 1 on-line, 316 с. - (Высшее образование - бакалавриат) (Азбука рекламы). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856734>. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-369-01236-9 : Б. ц. - Текст : электронный.

### Дополнительная литература

1. Борисова, Ю. В. Введение в маркетинг территории: учеб. пособие / Ю. В. Борисова, М. В. Попова ; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВО Иркут. гос. ун-т, Ин-т социал. наук. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2017. - 132, [2] с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 126-128 (52 назв.). - 150.00 р. - Текст : непосредственный.
2. Бренды и брендинг: [сборник]/ Рита Клифтон, Джон Симмонз [и др.] ; [пер. с англ. А. Ижорского]. - М.: Олимп-бизнес, 2008. - 328 с., [8] л. ил.: ил., табл.. - (The Economist). - Библиогр. в примеч. в конце гл. и в подстроч. примеч.. - Указ. имен: с. 319-320. - Указ. компаний и организаций: с. 321-325. - Указ. брендов: с. 326-328. - с. 325, 328 отсутствуют. - ISBN 978-5-9693-0048-4. - ISBN 1-86197-664-X: 656.59, 656.59, р.  
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
3. Васильева, М. Бренд. Сила личности/ М. Васильева, А. Надеин. - М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2004. - 202,[6] с.: ил.. - (Деловой бестселлер). - ISBN 5-88782-373-9: 100.00, 100.00, р.  
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
4. Геобрендинг: практическая коммуникация в продвижении территорий / пер. с фр. Ф. Юрковича. - Париж : L'Harmattan, 2014. - 245, [3] с. : ил., рис., табл., фот. - (Европейская серия) (Эксклюзивная коллекция). - ISBN 978-2-336-29934-1 : 2148.28 р. - Текст : непосредственный.
5. Годин, А. М. Брендинг: учебное пособие/ А. М. Годин, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленков. - М.: Дашков и К°, 2004. - 362 с. - Библиогр.:с.300-304(79назв). - ISBN 5-94798-393-1: 139.00 р.  
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
6. Домнин, В. Н. Брендинг : новые технологии в России : Новая идентичность в эпоху глобальных маркетинговых коммуникаций/ Домнин В.Н.. - СПб.: Питер, 2002. - 348 с. - (Маркетинг для профессионалов). - Библиогр.:с.313-317. - ISBN 5-94723-390-8: 154.00=;144.00= р.  
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: всего /all 2: НА(1), ч.з.N5(1)
7. Капферер, Ж.-Н. Бренд навсегда. Создание, развитие, поддержка ценности бренда/ Ж.-Н. Капферер; пер. с англ. Е. В. Виноградовой, под общ. ред. В. Н. Домнина. - [3-е изд.]. - М.; СПб.: Вершина, 2007. - 442 с., [6] : ил.. - Библиогр.: с. 429-437. -Предм. указ.: с. 438-442. - ISBN 5-9626-0015-0. - ISBN 0-7494-4283-2: 976.36, 976.36, р.  
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
8. Карпова, С. В. Брендинг: учеб. пособие/ С. В. Карпова. - М.: КноРус, 2008. - 221, [2] л. с.: ил., табл., обр.. - Библиогр. в конце разд. и в подстроч. примеч.. - ISBN 978-5-85971-897-9: 125.00 р. Имеются экземпляры в отделах /There are copies in

departments:

всего /all 2: ч.з.N5(2)

9. Чернатони, Л. де. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник/ Л. де Чернатони, М. МакДоналд ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина ; [авт. предисл. Б. Л. Еремин]. - [3-е изд.]. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в конце разд.. - ISBN 0-756-5980-7. - ISBN 5-238-00894-5: 287.00, 287.00, р.  
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)
10. Шарков, Ф. И. Брендинг и культура организации (управление брендом как элементом культуры организации): учебник для студ. вузов, обуч. по спец. 350400 "Связи с общественностью"/ Ф. И. Шарков, В. А. Ткачев; Акад. труда и соц. отношений, Ин-т экономики и культуры. - М.: Соц. отношения: Перспектива, 2003. - 266 с. - Библиогр.:с.265-266. - ISBN 5-94907-008-9: 96.00 р.  
Имеются экземпляры в отделах /There are copies in departments: ч.з.N5(1)

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образова-  
ния «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Введение в урбанистику (Urban Studies)»**

**Шифр: 42.04.01**  
**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**  
**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Аванесов С.С., профессор

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Введение в урбанистику (Urban Studies)».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
- 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
- 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
- 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
- 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1. Наименование дисциплины: «Введение в урбанистику (Urban Studies)».

Цель дисциплины «Политология»: формирование у студентов бакалавров знаний по политологии, теории политики, формирование научной базы по политологии, о законах и закономерностях политической жизни, формирование способности использовать полученные компетенции в будущей профессиональной и научной деятельности.

Задачи: изучение теоретических основ политологии, применение полученных компетенций на практике.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ПК-5 Готовность к организационно-управленческой работе: проектированию и внедрению системы процессного управления, практическому применению гуманитарно-урбанистических знаний, реализации программ стратегического развития города.	<p>ПК-5.1 Знать теорию процессного управления, основы стратегического планирования, принципы и методы принятия управленческих решений, а также принципы системного подхода в сфере управления урбанистическими проектами.</p> <p>ПК-5.2 Уметь анализировать и систематизировать ресурсы, факторы, риски и перспективы реализации программ стратегического развития города, производить расчёт и оценку эффективности управленческой деятельности, составлять перспективные планы развития («дорожные карты»).</p> <p>ПК-5.3 Владеть способами осуществления коммуникации и достижения консенсуса, навыками успешной организационно-управленческой работы в сфере урбанистики, презентации результатов разработки и внедрения проектов, оценки эффективности результатов организации проектной деятельности.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- теорию процессного управления, основы стратегического планирования, принципы и методы принятия управленческих решений, а также принципы системного подхода в сфере управления урбанистическими проектами.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- анализировать и систематизировать ресурсы, факторы, риски и перспективы реализации программ стратегического развития города, производить расчет и оценку эффективности управленческой деятельности, составлять перспективные планы развития («дорожные карты»).</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- способами осуществления коммуникации и достижения консенсуса, навыками успешной организационно-управленческой работы в сфере урбанистики, презентации результатов разработки и внедрения проектов, оценки эффективности результатов организации проектной деятельности.</p>
ПК-6 Готовность к координации и контролю процессов реализации социокультурных проектов и программ культурной политики в	<p>ПК-6.1 Знать теорию формирования социокультурного пространства, основы организации процесса проектирования в социокультурной сфере, способы координации и контроля проектной деятельности, принципы реализации проектов и</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- теорию формирования социокультурного пространства, основы организации процесса проектирования в социокультурной сфере, способы координации и контроля проектной деятельности, принципы</p>

<p>сфере практической урбанистики и стратегического развития города.</p>	<p>программ в области практической урбанистики, формы влияния урбанизации на социальное развитие.</p> <p>ПК-6.2 Уметь оказывать методическую помощь проектной команде, обеспечивать коммуникативные связи между участниками проекта и межорганизационное взаимодействие, контролировать ход реализации проекта, учитывать возможные риски, разрабатывать корректирующие и/или предупреждающие действия.</p> <p>ПК-6.3 Владеть навыками организации результативной командной работы, осуществления координации и контроля процессов реализации проектов и программ в сфере городской культуры и стратегического развития города, а также методами оценки социокультурных эффектов урбанистической деятельности.</p>	<p>ципы реализации проектов и программ в области практической урбанистики, формы влияния урбанизации на социальное развитие.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оказывать методическую помощь проектной команде, обеспечивать коммуникативные связи между участниками проекта и межорганизационное взаимодействие, контролировать ход реализации проекта, учитывать возможные риски, разрабатывать корректирующие и/или предупреждающие действия.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации результативной командной работы, осуществления координации и контроля процессов реализации проектов и программ в сфере городской культуры и стратегического развития города, а также методами оценки социокультурных эффектов урбанистической деятельности.</li> </ul>
<p>ПК-7 Готовность к проектно-аналитической работе в урбанистической сфере: обоснованию, разработке и практической реализации проектов, направленных на формирование, сохранение и преобразование городской среды, оценке ресурсов и прогнозированию последствий принимаемых решений.</p>	<p>ПК-7.1 Знать основы проектной и аналитической деятельности, методологию городских исследований, способы выявления культурных интересов и потребностей горожан, методы изучения общественного мнения, этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>ПК-7.2 Уметь проводить сравнительные исследования проектов и программ в сфере городской культуры, осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в городской среде, обосновывать и разрабатывать проекты в области культуры и искусства, направленные на формирование, сохранение и преобразование городского пространства.</p> <p>ПК-7.3 Владеть навыками разработки стратегии действий по реализации проектов, связан-</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы проектной и аналитической деятельности, методологию городских исследований, способы выявления культурных интересов и потребностей горожан, методы изучения общественного мнения, этапы жизненного цикла проекта.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить сравнительные исследования проектов и программ в сфере городской культуры, осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в городской среде, обосновывать и разрабатывать проекты в области культуры и искусства, направленные на формирование, сохранение и преобразование городского пространства.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки стратегии действий по реализации проектов,</li> </ul>

	ных с социокультурными процессами и городскими практиками, с учётом социальных, эстетических, правовых, экономических и иных стратегических параметров, методами оценки ресурсов и прогнозирования последствий принимаемых решений, способами установления эффективной системы обратной связи с населением города.	связанных с социокультурными процессами и городскими практиками, с учетом социальных, эстетических, правовых, экономических и иных стратегических параметров, методами оценки ресурсов и прогнозирования последствий принимаемых решений, способами установления эффективной системы обратной связи с населением города.
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Введение в урбанистику (Urban Studies)» относится к обязательной части блока дисциплин подготовки студентов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции, практические занятия), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела

1	Общие вопросы урбанистики	1.1. Урбанистика как отрасль знания. Теория и практика в составе урбанистики. 1.2. Специфика урбанистического знания. Гуманитарная урбанистика. 1.3. Задачи урбанистики. Методы урбанистики и виды урбанистического знания. 1.4. Урбанистика, урбанизм и урбанизация: соотношение понятий.
2	Предмет гуманитарной урбанистики	2.1. Понятие города. Основные критерии определения города. 2.2. Типы и функции городов. 2.3. Краткая история городов. 2.4. Город как предмет гуманитарной урбанистики.
3	Ключевые теории города	3.1. Античное знание о городе: Гипподам, Аристотель, Витрувий. 3.2. Ренессансная урбанистика: Антонио Аверлино (Филарете), Л. Б. Альберти. 3.3. Ильдефонс Серда, его урбанистические идеи и градостроительная практика. 3.4. Европейские урбанисты Нового времени: Камилло Зитте, Йозеф Штюббен. 3.5. Социологические теории города: Макс Вебер, Георг Зиммель. 3.6. Урбанистическая теория и практика Ле Корбюзье. 3.7. Патрик Геддес: социальная организация и городское развитие. 3.8. Льюис Мамфорд: идеи регионального планирования. 3.9. Фрэнк Ллойд Райт: концепция «исчезающего города». 3.10. Луис Вирт и традиция Чикагской школы: урбанизм как образ жизни. 3.11. Урбанистическое знание в России.

## 6. Выборная тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

1. Урбанистика как отрасль знания (информационная лекция).
2. Урбанистика, урбанизм и урбанизация (информационная лекция).
3. Общее понятие города как концептуальная проблема (проблемная лекция).
4. Краткая история городов (лекция-презентация).
5. Античная теория города (информационная лекция).
6. Ренессансная урбанистика (информационная лекция).
7. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени. 1. И. Серда, его урбанистические идеи и градостроительная практика (лекция-презентация)
8. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени. 2. К. Зитте, Й. Штюббен (информационная лекция).
9. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени. 3. М. Вебер, Г. Зиммель и социологическая теория города (информационная лекция).
10. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени. 4. П. Геддес и Л. Мамфорд (информационная лекция).
11. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени. 5. Ф. Л. Райт и Л. Вирт (информационная лекция).
12. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени. 6. «Баухаус» и Ле Корбюзье: функционализм в архитектуре и урбанистике (лекция-презентация).

### 13. Урбанистическое знание в России (проблемная лекция).

Выборная тематика *практических* занятий:

1. Гуманитарная урбанистика, её специфика (работа в группе)
2. Задачи и методы гуманитарной урбанистики (занятие-дискуссия)
3. Типы и функции городов (обсуждение сообщений)
4. Город как предмет гуманитарной урбанистики (презентация и защита проекта «Анализ локального городского паттерна»)
5. Античная теория города: Гипподам (работа в группе)
6. Античная теория города: Аристотель (работа в группе)
7. Античная теория города: Витрувий (работа в группе)
8. Ренессансная урбанистика: имена, идеи, достижения (работа в группе)
9. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени: Ильдефонс Серда (занятие-дискуссия)
10. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени: Камилло Зитте, Йозеф Штюббен (работа в группе, обсуждение сообщения)
11. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени: Макс Вебер, Георг Зиммель (работа в группе)
12. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени: Патрик Геддес и Льюис Мамфорд (работа в группе, обсуждение сообщения)
13. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени: Фрэнк Ллойд Райт и Луис Вирт (работа в группе, обсуждение сообщения)
14. Урбанистическая теория и практика Новейшего времени: Ле Корбюзье и функционализм (работа в группе, обсуждение сообщения)
15. Урбанистическое знание в России (работа в группе, обсуждение сообщения)
16. Город в художественном кинематографе (занятие-дискуссия)
17. Концептуальное обоснование урбанистического проекта (работа в группе)

Выборная тематика *самостоятельных работ*:

Подготовка к практическим занятиям.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала

в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Возможные формы оценочных средств по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Общие вопросы урбанистики	ПК-6; ПК-7	Работа на практических занятиях
Предмет гуманитарной урбанистики	ПК-5; ПК-6; ПК-7	Работа на практических занятиях, презентация
Ключевые теории города	ПК-5; ПК-6; ПК-7	Работа на практических занятиях, доклад, эссе

### 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

1) Эссе

Эссе представляет собой письменное задание, которое предполагает проведение студентом самостоятельной исследовательской работы. В качестве предмета данного мини-исследования студенту предлагается выбрать и проанализировать как минимум одну *проблему*, которая (а) находит своё теоретическое выражение в актуальном социо-гуманитарном знании и (б) проявляется в современных общественных процессах. Результатом самостоятельного анализа проблемы должно стать изложение как минимум двух различных позиций относительно выбранной проблемы, сопровождаемых аргументами в их поддержку. Желательно включение в работу собственной обоснованной позиции по данному вопросу.

Порядок выполнения задания:

1. Студент определяет тематику работы. Проблему для дальнейшего анализа можно либо выбрать из предложенных преподавателем вариантов, либо сформулировать её самостоятельно, согласовав с преподавателем.
2. Студент ищет релевантные источники информации и осуществляет знакомство с ними. Обращение к специальной теоретической литературе желательно, но не обязательно. Разрешается использовать популярные информационные ресурсы; студент должен уметь обосновать их надёжность в случае возникновения соответствующих вопросов со стороны преподавателя. В случае необходимости студент может обратиться за помощью в подборе материалов к преподавателю.
3. Студент пишет работу и отправляет преподавателю на электронный адрес в одном из следующих форматов: doc, docx.

Структура текста, написание которого является частью внеаудиторной нагрузки студента, должна содержать следующие элементы:

- пояснение темы исследования;
- формулировка проблемы и обоснование её теоретической и / или социальной значимости;
- представление как минимум двух различных позиций по данной проблеме;
- изложение аргументации, подкрепляющей данные позиции;
- самостоятельная оценка актуальной дискуссии по анализируемой проблеме.

Объём работы: 3000–6000 знаков.

*Примерные темы эссе:*

- 1) Урбанистика, градостроительство, архитектура: общее и особенное.
- 2) Что такое город?
- 3) Гуманитарные аспекты городской среды
- 4) Микроурбанистика
- 5) Код города
- 6) Мифология города
- 7) Идеальный город и утопия
- 8) Виртуальный город
- 9) Город и горожане: что первично?
- 10) Мой город.

## **2) Работа на практических занятиях**

Практическое занятие проводится в форме дискуссии. Формат: дискуссия между студентами или группами студентов – определяется преподавателем.

Преподаватель доводит до сведения студентов информацию о том, с каким текстом (текстами) они работают. Студенты в рамках самостоятельной работы читают и анализируют содержание предложенного им текста (текстов): формулируют вопросы к тексту / по тематике текста, выделяют основной тезис (тезисы) и аргументы, приводимые в его поддержку автором.

В рамках работы на семинаре студент участвует в обсуждении текста, представляя результаты своей самостоятельной работы, предлагая для дискуссионного обсуждения выявленные им в тексте тезис, аргументы в его пользу и предлагаемые им контраргументы с целью опровержения данного тезиса. По окончании дискуссии студент должен быть готов дать свою оценку дискутируемому на семинаре тезису (тезисам): являются ли они достаточно обоснованными или нет.

*Примерные вопросы:*

1. Оцените степень изученности темы.
2. Охарактеризуйте уровень доступности критической литературы по данному вопросу.
3. Сформулируйте аргументы в пользу Вашей точки зрения (вывода, тезиса).
4. Воспроизведите логику рассуждения автора в ходе решения поставленной проблемы.
5. Какие недостатки или неточности Вы заметили в прозвучавшем утверждении?

### 3) Доклад

Доклад представляет собой законченный текст, предназначенный для публичного выступления на практическом занятии. Тема доклада должна иметь прямое отношение к тематике практического занятия. Тему доклада предлагает преподаватель; студент вправе уточнить или скорректировать тему по предварительной договорённости с преподавателем.

Базовую литературу (источники) по теме доклада сообщает преподаватель. Студент обязан провести самостоятельную работу по поиску дополнительных материалов по теме доклада и получить санкцию преподавателя на их использование.

Доклад должен иметь ясную структуру, включающую введение в тему, логически взаимосвязанные разделы (части) и вывод (заключение).

Доклад представляет собой самостоятельную работу студента. Не допускается копирование текста доклада из сети Интернет и каких-либо других общедоступных источников.

Текст доклада должен содержать титульный лист, оглавление, основную часть и список использованной литературы (источников). После окончания практического занятия доклад сдаётся преподавателю.

Студент должен быть готов ответить на вопросы / замечания преподавателя и слушателей, при необходимости уточнить отдельные тезисы и аргументы своего доклада.

*Примерные темы докладов:*

- 1) Теория полиса у Платона.
- 2) Типы пространственного устройства города.
- 3) Ле Корбюзье как архитектор: отражение духа времени.
- 4) Город в отечественном документальном кино.
- 5) Город в зарубежном документальном кино.
- 6) Идеологи «Баухауса» и ранняя советская урбанистика.
- 7) Эбенизер Говард и концепция города-сада.
- 8) Утопия как воображение урбанистического идеала.
- 9) Американская урбанистика XX века.
- 10) Андрей Иконников в истории отечественной урбанистики.

### 4) Презентация исследования

Презентация исследования является эффективным способом изложения сути и результатов проведённого исследования.

Целью презентации исследования является демонстрация и защита результатов исследовательской работы – информирование о содержании исследования и обоснованности полученных результатов.

## 8.3. Перечень вопросов для аттестации по дисциплине

## 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рей-

		оценки сформированности)			тинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	87-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степенью самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		67-87
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		51-66
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 50

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, перечень нормативных и правовых документов, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Междисциплинарный обзор актуальных проблем урбанистики: материалы II Студенческой конференции «Развивая города: Сохраняя наследие» (г. Москва, 11-13 мая 2023 г.) : сборник научных трудов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 49 с. - ISBN 978-5-16-112217-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2133072>.

### Дополнительная литература

2. Алексеев, Ю. В. Эволюция градостроительного планирования поселений. Том 2. Переход к постиндустриальному периоду : учебник / Алексеев Ю. В. , Сомов Г. Ю. - Москва : Издательство АСВ, 2014. - 360 с. - ISBN 978-5-4323-0034-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL :

<https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785432300348.html>. - Режим доступа : по подписке.

3. Координаты современной урбанистики: новая гуманитарная перспектива : монография : в 2 томах. Том 2 / под науч. ред. И.А. Савченко, Ю.В. Козловой ; отв. ред.: Г.С. Широкалова, Н.А. Трубина, Л.Р. Миркушина. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-112183-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2130672>.
4. Оганян Л.Р. Урбанистика как фактор, формирующий бренд города, или людям не хватает «дружелюбных» городов // Бренд-менеджмент. — 2013. — No4. — С.222–230. URL: <https://grebennikon.ru/article-lpko.html>

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Геобрендинг в системе PR и территориального менеджмента»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Берендеев Михаил Владимирович, кандидат социологических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины.
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

**1. Наименование дисциплины:** «Геобрендинг в системе PR и территориального менеджмента».

Цель дисциплины:

— формирование у студентов комплекса знаний о месте геобрендинга в системе массовых коммуникаций, необходимых для установления коммуникативных связей при разработке проектов по геобрендингу;

— освоение коммуникативных инструментов геобрендинга, анализ коммуникативных практик, сложившихся на основе использования коммуникаций разного типа и опыта разносторонней работы с целевой аудиторией;

— приобретение навыков проектирования основных коммуникативных программ геобрендинга на региональном и федеральном уровне.

Необходимость изучения данного курса определяется реалиями коммуникационной сферы в условиях рыночной экономики, которые требуют четкого видения и научной обоснованности действий специалистов коммуникационной индустрии в области разработки конкурентоспособного бренда территории.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Анализирует тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях исходя из экономических и политических механизмов их функционирования. ОПК-5.2. Учитывает данные анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны в профессиональной деятельности.	<b>Знать:</b> теории и инструменты территориального брендинга; принципы формирования территориальных брендов; критерии оценки эффективности территориального бренда; принципы управления брендами регионов; принципы критического анализа проблемных ситуаций. <b>Уметь:</b> анализировать существующие бренды территорий; применять на практике технологии создания бренда территории; выявлять проблемы развития территориального брендинга; системно подходить к анализу и решению проблемной ситуации <b>Владеть:</b> демонстрировать способность и готовность анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны.
ПК-4 Способен управлять массовыми коммуникациями, а также внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования	ПК-4.1 Находит и использует государственные программы по поддержке развития туристической привлекательности территорий. ПК-4.2 Демонстрирует знания государственных стандартов к формированию туристских услуг.	<b>Знать:</b> специфику территориального брендинга в России; успешные практики брендинга туристских территорий; <b>Уметь:</b> анализировать факторы, способствующие развитию туристской дестинации, и определять возможности успешного рыночного позиционирования

<p>имиджа и репутации организации/личности/региона, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом для повышения политической, социальной и экономической успешности региона</p>	<p>ПК-4.3 Разрабатывает варианты стратегий развития территории и проекты территориальных брендов.</p>	<p>нирования и продвижения привлекательного имиджа туристской территории;  <b>Владеть:</b> навыками самостоятельной оценки ресурсов продвижения территории, разработки платформы бренда и плана его продвижения, а также навыками оценки эффективности деятельности по брендингу территории</p>
--	---	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Геобрендинг в системе PR и территориального менеджмента» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин подготовки магистрантов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы (144 академических часа), из них на контактную работу обучающихся с преподавателем отводится 56 академических часа (18 часов практических занятий, 36 часов лекционных, 2 часа КСР), 88 часов отводится на самостоятельную работу обучающихся.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Коммуникационный, экономический и социальный аспекты геобрендинга: содержание, взаимосвязь и различия.	Имиджевая и репутационная идентификация территории как коммуникативная цель. Непрерывность, системность и последовательность коммуникационной стратегии геобрендинга. Экономический аспект - поиск моделей управления проблемными зонами: создание рабочих мест, привлечение инвестиций. Максимизация доходов в бюджет. Символический и экономический капитал. Социальный аспект - рост качества жизни населения за счет формирования привлекательного для потенциальных инвесторов образа города.
2	Структура коммуникативной модели геобрендинга	Генетический код геобрендинга: исторические, культурные артефакты. Черты абсолютной уникальности территории как бренд-платформа. Территориальная идентичность. Всестороннее отражение образа города, его целостность. Общая стратегия развития региона как основа развития концепции геобренда. Субъект геобрендинга – городские органы власти, муниципальные органы, местные предпринимательские структуры, некоммерческие организации, ассоциации, экономические агентства, сообщества горожан. Влияние общественных трендов на конструирование бренда территории. Две составляющие коммуникации геобренда: дифференциация и соответствие морали, этике, «устойчивому развитию». Репутационные составляющие территории в оценке Россией и Европой. Эмоциональная составляющая геобрендинга. Добавленная стоимость территории.
3	Коммуникационные средства в геобрендинге	Стратегические, символические, рекламные и PR-инструменты геобрендинга. Рекламная кампания в брендировании территории. Проведение международных мероприятий, в том числе спортивных (Зимние олимпийские игры в Сочи). Публикации в традиционных и интернет-СМИ, участие территории в рейтингах инвестиционной привлекательности, информационные стенды, информационно-справочные пункты.
4	Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация	Коммуникация на 360 градусов строится с помощью всех необходимых современных ее средств с целью создания гармоничного и эффективного геобренда.
5	Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности.	Миссия, видение, философия – основа имиджа. Внешний имидж строится на базе информации из индексов и рейтингов, отечественных и зарубежных СМИ. Внутренний имидж формируется в сознании жителей с помощью комплекса мер. Визуальный имидж территории в ее архитектурном решении. Имидж жителей территории
6	Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге	Продвижение территории строится на основе ее бренда, структурируемого под воздействием таких территориальных единиц: университета, учебных заведений, культурной среды, малых и больших скульптурных форм, музейно-выставочных проектов, предметов мемориальных лиц, депутатского корпуса

		различных уровней законодательной власти, литературных брендов, людей-брендов и т.д. Названные бренды типизируются как проекты и материальные и интеллектуальные объекты. Территориально-локальные бренды напрямую связаны с целенаправленной деятельностью по формированию инвестиционной, инновационной, кадровой, туристической привлекательности местности. Брендинг территории и его мониторинг – важная составляющая государственной, региональной и муниципальной политики. Собственный геобренд – основа конкурентоспособности с другими территориями, базис продвижения территории, ключевой тезис в управлении на организационно-административном, муниципальном уровне.
7	Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории.	Внутренняя целевая аудитория: население, местное предпринимательство, органы власти. Внешняя целевая аудитория: потенциальные покупатели – туристы, инвесторы.
8	Технологии воздействия на целевую аудиторию	Использование механизмов внутреннего территориального брендинга для управления лояльностью внутренней целевой аудитории: система целенаправленных программных инициатив и мероприятий, осуществляемых (координируемых) территориальными органами власти и направленных на информирование внутренней целевой аудитории территории о ее достижениях и потенциале, также формирование чувства искренней преданности, патриотизма и желания помочь развивать ее конкурентоспособность. Инструменты внутреннего геобрендинга: а) массовой коммуникации – реклама, паблик рилейшнз, пропаганда, агитация, б) специализированные – отраслевые и тематические конкурсы, соревнования, мероприятия, события, в) индивидуальные - адресные программы, работа с людьми «паблисити». Развитие человеческого капитала территории способствует удовлетворенности внешней целевой аудитории, что приводит к увеличению прибавленной стоимости геобренда.
9	Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда	Конечный результат и критерии оценки успешности геобренда: продвижение территории в число ключевых регионов страны, разработка программ по созданию имиджа территории для внутреннего и внешнего рынков. Оценка силы бренда, его репутации привлекательности для потенциальных потребителей может производиться только потребителями бренда, а не экспертами или другими специалистами. Показатели коммуникативной эффективности геобрендинга: динамика узнаваемости бренда территории, отношение целевой аудитории к геобренду, запоминаемость геобренда, знание конкурентных преимуществ геобренда. Методы оценки: опросы, интервью, фокус-группы, мониторинг.

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1: Коммуникационный, социальный и экономический аспекты геобрендинга: Новизна и разноаспектность научных подходов к проблеме создания бренда территории. Экономическая концепция брендинга территории: поиск и разработка моделей управления проблемными зонами территории. Социальный аспект разработки и проведения кампании геобрендинга. Коммуникативные цели брендинга территории

Тема 2: Структура коммуникативной модели геобрендинга: Генетический код геобрендинга: исторические, культурные артефакты. Черты абсолютной уникальности территории как бренд-платформа. Территориальная идентичность. Всестороннее отражение образа территории, его целостность. Общая стратегия развития региона как основа развития концепции геобренда. Субъект геобрендинга – городские органы власти, муниципальные органы, местные предпринимательские структуры, некоммерческие организации, ассоциации, экономические агентства, сообщества горожан. Влияние общественных трендов на конструирование бренда территории. Две составляющие коммуникации геобренда: дифференциация и соответствие морали, этике, «устойчивому развитию». Репутационные составляющие территории в оценке Россией и Европой. Эмоциональная составляющая геобрендинга. Добавленная стоимость территории.

Тема 3: Коммуникационные средства в геобрендинге: Стратегические, символические, рекламные PR-инструменты в геобрендинге. Рекламная кампания в брендинге территории. Проведение международных мероприятий, в том числе спортивных. Традиционные и интернет-СМИ в брендинге территории. Рейтинги инвестиционной привлекательности

Тема 4: Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация: Интегрированная коммуникация – коммуникация 360 градусов. Брендинг 360 градусов в поддержку коммуникации

Тема 5: Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности: Целевая аудитория (ЦА) геобрендинга: критерии выделения групп, цели программы геобрендинга и интересы ЦА. Группы внутренней и внешней целевой аудитории: степень участия в брендинге территории.

Тема 6: Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге: Модель колеса бренда. Модель капитала бренда государства К. Динни. Концепция бренда на основе конкурентной идентичности С. Анхольта.

Тема 7: Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории: Целевая аудитория в программе геобрендинга: критерии сегментирования, критерии выбора групп. Внутренняя и внешняя целевая аудитория

Тема 8: Технологии воздействия на целевую аудиторию: Технологические модели создания и продвижения геобренда как технологии воздействия на целевую аудиторию. Механизмы внутреннего территориального брендинга для управления лояльностью внутренней целевой аудитории. Технологии воздействия на внешнюю целевую аудиторию

Тема : Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда Результаты программы геобрендинга: от небольшой территории до страны. Показатели коммуникативной эффективности геобренда. Методы оценки геобренда

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1: Коммуникационный, социальный и экономический аспекты геобрендинга.

*Вопросы для обсуждения:* Охарактеризуйте научную деятельность по изучению геобренда за рубежом и в России. Какие аспекты разработки геобренда приняты в научных

концепциях геобрендинга? Каково содержание экономического аспекта геобрендинга? В чем заключается социальный аспект геобренда? Как обусловлена связь политико-технологического и социального аспектов геобрендинга? В чем суть коммуникативной модели геобрендинга? Какие ведущие научные центры по созданию геобренда вам известны? Охарактеризуйте их деятельность

Тема 2: Структура коммуникативной модели геобрендинга

*Вопросы для обсуждения:* Раскройте содержание понятия «генетический код территории». Бренд-платформа в геобрендинге как способ продвижения территории. Что такое территориальная идентичность? Общая стратегия развития региона как основа геобрендинга. Назовите и охарактеризуйте субъектов геобрендинга. Репутационные составляющие территории в оценке Европы и России. Охарактеризуйте финансовую, эмоциональную, моральную составляющие геобрендинга. Раскройте содержание понятия «добавленная стоимость территории».

Тема 3: Коммуникационные средства в геобрендинге

*Вопросы для обсуждения:* Раскройте стратегическое планирование в геобрендинге. Какие символические инструменты могут быть использованы в брендинге территории? Какие рекламные инструменты используются в геобрендинге? Раскройте содержание рекламной кампании в брендинге территории. Какую роль играют международные мероприятия в проведении брендинга территории? Каковы функции интернет-СМИ в брендинге территории?

Тема 4: Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация

*Вопросы для обсуждения:* Целевая аудитория (ЦА) геобрендинга: критерии выделения групп, цели программы геобрендинга и интересы ЦА. Группы внутренней и внешней целевой аудитории: степень участия в брендинге территории.

Тема 5: Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности

*Вопросы для обсуждения:* По каким критериям может быть сегментирована целевая аудитория в геобрендинге? Как определяется отношение той или иной группы ЦА к целям программы геобрендинга? На какие группы традиционно делится ЦА в геобрендинге? Охарактеризуйте функции разных групп ЦА в проведении программы геобрендинга.

Тема 6: Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге

*Вопросы для обсуждения:* В чем суть Модели колеса бренда? Как работает Модель капитала бренда государства К. Динни? Какова концепция бренда на основе модели конкурентной идентичности С. Анхольта?

Тема 7: Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории

*Вопросы для обсуждения:* Рассмотреть примеры геобрендинга с точки зрения соответствия целевой аудитории. Охарактеризовать целевую аудиторию геобренда.

Тема 8: Технологии воздействия на целевую аудиторию

*Вопросы для обсуждения:* Рассмотреть примеры технологической модели колеса бренда в геобрендинге и воздействии на целевую аудиторию. Рассмотреть примеры технологий воздействия на внутреннюю целевую аудиторию. Рассмотреть примеры технологий воздействия на внешнюю целевую аудиторию.

Тема 9: Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда

*Вопросы для обсуждения:* Рассмотреть примеры коммуникативной эффективности региональных брендов как результатов программы геобрендинга.

### **Требования к самостоятельной работе студентов**

Обучающийся самостоятельно выбирает одну тему из данного списка и сдает работу в письменном виде до начала зачетно-экзаменационной сессии:

1. Методы и инструменты определения генетического кода территории
2. Применение научных подходов к конструированию бренда территории.
3. Проведение исследовательской работы по определению проблемных зон территорий.
4. Исследование добавленной стоимости бренда территории как результата осуществления программы геобрендинга (на примере успешного геобренда)
5. Проведение мониторинга результатов влияния геобренда на целевую аудиторию.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия: вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению; задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Коммуникационный, экономический и социальный аспекты геобрендинга: содержание, взаимосвязь и различия.	ОПК-5; ПК-4	Выполнение тематических практических заданий по темам
Тема 2. Структура коммуникативной модели геобрендинга		Выполнение тематических практических заданий по темам.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
		Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 3. Коммуникационные средства в геобрендинге	ОПК-5; ПК-4	Тренинги по темам 3,4,7-9. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 4. Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов, трансверсальная коммуникация		Тренинги по темам 3,4,7-9. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 5. Имидж территории как результат информационно-коммуникативной деятельности.		Выполнение тематических практических заданий по темам. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 6. Роль инфраструктуры территории и политико-административного управления в геобрендинге		Выполнение тематических практических заданий по темам. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 7. Целевая аудитория в геобрендинге. Группы целевой аудитории.		Тренинги по темам 3,4,7-9. Выполнение контрольных и практических заданий
Тема 8. Технологии воздействия на целевую аудиторию		Тренинги по темам 3,4,7-9.
Тема 9. Результат геобрендинга, критерии и методы оценки геобренда		Тренинги по темам 3,4,7-9

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

### Тема 1. Коммуникационный, экономический и социальный аспекты геобрендинга

1	<b>Вопрос:</b> Современные конкурентные отношения территорий вызваны факторами: развитие производства, создание новых рабочих мест, перспективы социально-экономического развития.
	(один правильный ответ)
	<b>а) данное утверждение верно</b>
	б) данное утверждение неверно в) конкуренция территорий вызвана борьбой за инвестора
2	<b>Вопрос:</b> Какие направления разработки геобренда определены в современной науке?
	(два правильных ответа)
	<b>а) коммуникационное</b>
	б) экономическое в) географическое
3	<b>Вопрос:</b> В отличие от коммуникативного подхода к геобренду при экономическом подходе ставятся цели получить практически значимые технологии, материальные

	ресурсы для пополнения муниципального бюджета и др. материально выраженные прибыли.
	(один правильный ответ)
	<b>а) данное определение верно</b>
	б) данное определение не верно
	в) коммуникационная стратегия бренда – следствие экономического подхода
4	<b>Вопрос:</b> В чем заключается практическая значимость программы геобрендинга с точки зрения потенциальных инвесторов?
	(два правильных ответа)
	<b>а) расширении направлений приложения инвестиций</b>
	б) увеличении социальных программ для населения
	<b>в) увеличении вариантов размещения потенциального бизнеса с использованием материальных и нематериальных доминант конкретных муниципальных образований</b>
5	<b>Вопрос:</b> С точки зрения какого подхода предпринимается изучение имиджа региона как результата целенаправленного представления об объекте в сознании индивида, являющегося представителем конкретного социума?
	(один правильный ответ)
	а) коммуникативного
	<b>б) социального</b>
	в) экономического
6	<b>Вопрос:</b> Какое научное направление разработки геобренда нацелено на выявление социально значимых его характеристик?
	(один правильный ответ)
	а) политическое
	<b>б) социальное</b>
	в) экономическое
7	<b>Вопрос:</b> С точки зрения какого аспекта геобрендинга, понятие региона трактуется как исторически сложившееся социальное пространство, имеющее способность к самовоспроизводству и развитию?
	(один правильный ответ)
	а) социального
	б) экономического
	<b>в) политического</b>
8	<b>Вопрос:</b> С точки зрения коммуникационного подхода, геобрендинг – это...
	(два правильных ответа)
	<b>а) коммуникационная стратегия в маркетинге территории</b>
	<b>б) стратегия повышения конкурентоспособности территорий</b>
	в) комплекс мероприятий, направленных на получение прибыли
9	<b>Вопрос:</b> Что собой представляет бренд территории с точки зрения коммуникативного подхода?
	(один правильный ответ)
	<b>а) совокупность ценностей, эмоций, ассоциаций потребителей о конкретном месте, его материальных и нематериальных характеристиках, местной культуре, которые формируют представления о привлекательности данного места, об уровне качества и стоимости местных товаров и услуг и отличают его от других территорий.</b>
	б) совокупность знаний об исторических и природных особенностях территории
	в) знания о комплексе возможностей и гарантиях реализации существенных интересов групп целевой аудитории бренда территории.

10	<b>Вопрос:</b> Каковы результаты бренда территории как эффективной коммуникационной стратегии?
	(два правильных ответа)
	<b>а) продвижение территории в число ключевых регионов страны,</b>
	<b>б) развитие производственной базы территории</b>
	<b>в) разработка программ по созданию имиджа территории для внутреннего и внешнего рынков.</b>

## Тема 2. Структура коммуникативной модели геобрендинга

1.	<b>Вопрос:</b> Генетический код геобренда - это его основные формообразующие характеристики, такие как особое географическое и историческое положение.
	(один правильный ответ)
	<b>а) данное утверждение верно</b>
	<b>б) данное утверждение неверно</b>
	<b>в) историческое положение не является формообразующей характеристикой</b>
2.	<b>Вопрос:</b> Брендобразующим проектом может стать
	(два правильных ответа)
	<b>а) проект развития территории для привлечения туристов</b>
	<b>б) образовательная программа</b>
	<b>в) корпоративное мероприятие</b>
3.	<b>Вопрос:</b> Бренд-платформа – это ...
	(два правильных ответа)
	<b>а) ключевой инструмент определения основных характеристик бренда.</b>
	<b>б) инструмент, определяющий содержание геобренда</b>
	<b>в) преимущество бренда, позволяющее дифференцироваться в конкурентной среде и эффективно управлять брендом как важнейшим нематериальным активом.</b>
4.	<b>Вопрос:</b> Ключевыми элементами бренд-платформы являются:
	(два правильных ответа)
	<b>а) капитал бренда</b>
	<b>б) миссия бренда,</b>
	<b>в) видение бренда</b>
5.	<b>Вопрос:</b> Идентичность бренда - совокупность атрибутов и элементов бренда, выражающих идею и ценности бренда; данная совокупность позволяет потребителям легко идентифицировать бренд.
	(один правильный ответ)
	<b>а) данное утверждение верно</b>
	<b>б) данное утверждение не верно</b>
	<b>в) идентичность бренда не связана с его ценностями</b>
6.	<b>Вопрос:</b> Территориальная идентичность – результат двух процессов:
	(один правильный ответ)
	<b>а) обобщения и выделения</b>
	<b>б) объединения и различения</b>
	<b>в) индивидуализации и типизации</b>
7.	<b>Вопрос:</b> Субъект брендинга - это инициатор и непосредственный участник деятельности по формированию бренда территории.
	(два правильных ответа)
	<b>а) субъект брендинга не участвует в формировании бренда территории</b>
	<b>б) данное утверждение не верно</b>
	<b>в) субъект не участвует в формировании бренда территории</b>

8.	<b>Вопрос:</b> К субъектам геобренда можно отнести:
	(два правильных ответа)
	а) руководители предприятий культуры
	<b>б) региональные и местные средства массовой информации</b> <b>в) отдельных индивидов, жителей данной территории.</b>
9.	<b>Вопрос:</b> Соотнесите понятия.
	(один правильный ответ)
	а) имидж → репутация
	<b>б) бренд → репутация</b> <b>в) бренд → имидж</b>
10.	<b>Вопрос:</b> добавленная стоимость геобренда подразумевает, что он обладает вос- принимаемыми преимуществами по сравнению с конкурирующими геобрендами:
	(один правильный ответ)
	<b>а</b>
	<b>б) данное утверждение не верно</b> <b>в) добавленная стоимость связана с увеличением продаж</b>

### Тема 3. Коммуникационные средства в геобрендинге

1.	<b>Вопрос:</b> Стратегическая коммуникация геобренда состоит из ...
	(два правильных ответа)
	<b>а) миссии бренда</b>
	<b>б) легенды территории</b> <b>в) видения бренда</b>
2.	<b>Вопрос:</b> Какую роль в брендинге территории играет программа социально- экономического развития региона?
	(один правильный ответ)
	а) раскрывает только видение бренда территории
	<b>б) раскрывает только философию бренда территории</b> <b>в) содержательно определяет стратегический аспект программы геобрен- дирования</b>
3.	<b>Вопрос:</b> Какие средства могут непосредственно визуализировать символиче- ское наполнение геобренда?
	(два правильных ответа)
	<b>гип</b> онный знак
	<b>в) образы лидеров региона, вымышленные персонажи</b>
4.	<b>Вопрос:</b> Какие средства составляют аудиообраз символического содержания ге- обренда?
	(два правильных ответа)
	а) радиопередача
	<b>б) аудиологотип</b> <b>в) плей-лист, фирменная песня (гимн)</b>
5.	<b>Вопрос:</b> Слоган — лозунг или девиз, отражающий направления деятельности территории, качества ее товаров и услуг в прямой, иносказательной или аб- страктной форме.
	(один правильный ответ)
	<b>а) данное утверждение верно</b>
	<b>б) данное утверждение неверно</b> <b>в) слоган не отражает качество товаров, производимых на ее территории</b>
6.	<b>Вопрос:</b> К носителям рекламной информации о геобренде относятся:

	(два правильных ответа)
	<b>а) рекламные стикеры, майки, значки, посуда</b>
	б) новостные публикации в интернет-СМИ
	<b>в) прямая наружная реклама</b>
7.	<b>Вопрос:</b> Рекламная кампания геобренда – это комплекс заранее спланированных рекламных мероприятий, направленных на целевую аудиторию геобренда, в определенный период времени и распределенных во времени так, чтобы одно рекламное мероприятие дополняло другое.
	(два правильных ответа)
	<b>а</b>
	б) данное утверждение неверно
	в) рекламная кампания неограниченна во времени и нелокализована.
8.	<b>Вопрос:</b> В рамках рекламной кампании геобренда разрабатывается:
	(два правильных ответа)
	<b>а) серия рекламных жанров</b>
	<b>б) логотип и слоган территории</b>
	в) товарная марка
9.	<b>Вопрос:</b> Как связаны рекламная концепция и концепция бренда территории?
	(один правильный ответ)
	а) рекламная концепция может создаваться независимо от концепции бренда территории.
	б) рекламная концепция создается одновременно с концепцией бренда территории
	<b>в) рекламная концепция создается на основе концепции бренда территории</b>
10.	<b>Вопрос:</b> Какие коммуникационные инструменты используются в геобрендинге?
	(два правильных ответа)
	<b>а) масштабные международные мероприятия</b>
	б) рейтинги инвестиционной привлекательности
	<b>в) слоган</b>

#### Тема 4. Принципы построения коммуникации в геобрендинге: коммуникация на 360 градусов

1.	<b>Вопрос:</b> Интегрированная маркетинговая кампания — это единая многоканальная коммуникация, ориентированная на формирование диалогических (двухсторонних) отношений с целевой аудиторией.
	(один правильный ответ)
	<b>а) данное утверждение верно</b>
	б) данное утверждение неверно
	в) интегрированная маркетинговая кампания не является формой коммуникации
2.	<b>Вопрос:</b> Как относится коммуникация 360 градусов к интегрированной маркетинговой кампании (ИМК)?
	(один правильный ответ)
	а) ИМК – это часть коммуникации 360 градусов
	б) Коммуникация 360 градусов – это часть ИМК
	<b>в) это наиболее полная ИМК с точки зрения используемых коммуникационных каналов</b>
3.	<b>Вопрос:</b> Какую коммуникационную компанию можно назвать интегрированной?
	(один правильный ответ)

	<b>она проводится с помощью хотя бы двух коммуникационных каналов</b>
	она проводится с помощью всех возможных коммуникационных каналов
	в) если она проводится с помощью рекламного канала и паблик рилейшнз
4.	<b>Вопрос:</b> От чего зависит успех интегрированной коммуникационной кампании? (два правильных ответа)
	<b>а) от качества подбора каналов коммуникации</b>
	б) от определения сроков проведения кампании
	<b>в) от качества работы с целевой аудиторией</b>
5.	<b>Вопрос:</b> Какие свойства каналов коммуникации должны учитываться при их выборе в интегрированную коммуникацию? (два правильных ответа)
	<b>а) количественный охват целевой аудитории</b>
	б) репутационные характеристики объекта брендинга
	<b>в) глубина вовлечения целевой аудитории в продвигаемый контент</b>
6.	<b>Вопрос:</b> Какой эффект дает использование периодической печати как канала коммуникации в рамках ИМК? (два правильных ответа)
	а) создание устойчивого положительного интереса к бренду
	<b>б) длительность обращения к целевой аудитории</b>
	<b>в) возможность создания и распространения имиджевых характеристик</b>
7.	<b>Вопрос:</b> Какой эффект дает использование паблик рилейшнз как канала коммуникации в рамках ИМК? (два правильных ответа)
	а) глубину вовлечения целевой аудитории
	<b>б) изменение лояльности целевой аудитории бренда</b>
	<b>в) создание устойчивого положительного интереса к бренду</b>
8.	<b>Вопрос:</b> Каким свойством обязательно должно обладать сообщение в ИМК? (один правильный ответ)
	<b>а) быть единым по своему содержанию</b>
	б) быть кратким
	в) быть побудительным
9.	<b>Вопрос:</b> Какой главный эффект дает использование ИМК в геобрендинге? (один правильный ответ)
	а) отсутствие коммуникационных лагун в работе с целевой аудиторией
	б) последовательное решение большого количества задач и достижение глобальных целей
	<b>в) параллельное решение большого количества задач и достижение глобальных целей</b>
10.	<b>Вопрос:</b> Брендинг на 360 градусов подобно паутине опутывает и удерживает в одном комплексе целевую аудиторию, субъектов геобренда и рынок. (один правильный ответ)
	<b>а</b>
	б) данное утверждение не верно
	в) брендинг на 360 градусов не дает полного охвата целевой аудитории

### Тема 5. Целевая аудитория (ЦА) в геобрендинге, группа целевой аудитории

1.	<b>Вопрос:</b> Какие критерии сегментирования целевой аудитории геобренда существуют? (два правильных ответа)
	а) возраст

	<b>б) территориальная принадлежность</b>
	<b>в) юридический статус</b>
2.	<b>Вопрос:</b> Что позволяет реализовать интересы всех групп целевой аудитории геобренда?
	(один правильный ответ)
	а) историко-культурные характеристики территории
	б) социальные характеристики территории
	<b>в) ресурсная база территории в комплексе ее характеристик</b>
3.	<b>Вопрос:</b> Какие группы целевой аудитории традиционно выделены в геобрендинге?
	(два правильных ответа)
	<b>а) внутренняя</b>
	<b>б) внешняя</b>
	в) местная
4.	<b>Вопрос:</b> Что может составлять интерес жителей территории как целевой аудитории геобрендинга?
	(два правильных ответа)
	<b>а) уровень развития социальной инфраструктуры</b>
	б) гарантии сохранности бизнеса территории
	<b>в) социальная и экологическая безопасность</b>
5.	<b>Вопрос:</b> Что может составлять интерес потенциальных инвесторов как целевой аудитории геобрендинга?
	(два правильных ответа)
	<b>а) законодательные и налоговые условия видения бизнеса</b>
	б) уровень и качество жизни
	<b>в) возможности минимизации рисков</b>
6.	<b>Вопрос:</b> На какие группы могут быть разделены жители территории как целевая аудитория геобрендинга ?
	(один правильный ответ)
	<b>а) социально активные жители, пенсионеры, дети и молодежь</b>
	б) резиденты - нерезиденты
	в) физические лица и юридические
7.	<b>Вопрос:</b> Какую роль в определении базовых ценностей геобренда играют жители города как внутренняя ЦА?
	(один правильный ответ)
	а) утверждают перечень базовых ценностей геобренда
	<b>б) служат источником первичной информации</b>
	в) собирают и обрабатывают информацию о территории
8.	<b>Вопрос:</b> Кто определяет значимых персонажей и символы геобренда?
	(два правильных ответа)
	<b>а) профессиональные консультанты</b>
	б) инвесторы
	<b>в) команда бренда</b>
9.	<b>Вопрос:</b> Кем утверждается круг конкурентов в геобрендинге?
	(два правильных ответа)
	<b>а) исполнительной властью</b>
	б) профессиональными консультантами
	<b>в) законодательной властью</b>
10.	<b>Вопрос:</b> Целевая аудитория геобренда – это наиболее важная категория получателей информационного сообщения о геобренде.
	(один правильный ответ)

	<b>данное утверждение верно</b>
	б) данное утверждение не верно
	в) ЦА не может транслировать информацию о территории

### Тема 6. Технологии воздействия на целевую аудиторию

1.	<b>Вопрос:</b> Технологические алгоритмы создания, продвижения и управления брендом территории неизбежно являются технологиями воздействия на целевую аудиторию геобренда. (один правильный ответ) <b>а) данное утверждение верно</b> б) данное утверждение неверно в) целевая аудитория не имеет отношения к управлению брендом.
2.	<b>Вопрос:</b> В основе модели колеса бренда лежит ранжирование преимуществ, позиционирование бренда? (один правильный ответ) <b>а) данное утверждение верно</b> б) данное утверждение неверно в) согласно модели, ценности не отражают эмоциональные результаты использования бренда
3.	<b>Вопрос:</b> «Колесо бренда» позволяет детально описать и систематизировать все аспекты взаимодействия бренда и целевой аудитории. (один правильный ответ) <b>а) данное утверждение верно</b> б) данное утверждение неверно в) «Колесо бренда» не описательная модель
4.	<b>Вопрос:</b> Концептуальная модель капитала бренда страны К. Динни включает совокупность активов бренда, связанных с его именем и символом. (один правильный ответ) <b>а) данное утверждение верно</b> б) данное утверждение неверно в) названная модель включает активы бренда без ограничения
5.	<b>Вопрос:</b> Их каких активов складывается капитал бренда государства согласно модели капитала бренда страны К. Динни? (два правильных ответа) <b>а) внешних</b> б) приобретенных <b>в) внутренних</b>
6.	<b>Вопрос:</b> Согласно модели капитала бренда государства К. Динни, архитектура национального бренда включает три уровня: собственно зонтичный национальный бренд; определяемые им бренды в отдельных сферах; самостоятельные бренды на уровне регионов, городов, отдельных национальных товаров и услуг, культурных и образовательных центров. (один правильный ответ) <b>а) данное утверждение верно</b> б) данное утверждение неверно в) архитектура национального бренда включает два уровня
7.	<b>Вопрос:</b> С. Анхольт предложил модель шестиугольника бренда территории (элементы современного бренда территории): туризм, экспортные бренды, политика, бизнес и инвестиции, культура, люди. (один правильный ответ) а

	б) данное утверждение неверно
	в) С. Анхольт предложил другую модель бренда территории.
8.	<b>Вопрос:</b> Идея С. Анхольта в том, что имидж территории не поддается искусственному конструированию, не возникает «на пустом месте», а определяется вполне осязаемыми и измеряемыми шестью группами параметров
	(один правильный ответ)
	<b>а) данное утверждение верно</b>
	б) данное утверждение неверно
	в) имидж территории определяется большим количеством параметров
9.	<b>Вопрос:</b> Согласно идее С.Анхольта брендинг государства (территорий) — это системный процесс согласования действий, поведения, инвестиций, инноваций и коммуникаций государства (территории) для реализации конкурентной идентичности.
	(один правильный ответ)
	<b>а) данное утверждение верно</b>
	б) данное утверждение неверно
	в) брендинг государства нацелен на создание имиджа
10.	<b>Вопрос:</b> Ценности бренда – человеческое, социальное и культурное значение бренда для целевой аудитории.
	(один правильный ответ)
	<b>а</b>
	б) данное утверждение неверно
	в) ценности бренда не ограничены какими-либо значениями

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

#### ТЕМЫ и задание для итогового проекта и презентации:

Каждой группе определить целевую аудиторию геобренда, описать имеющиеся ресурсы, предложить идею геобрендинга, представить варианты разработки фирменного стиля и логотипа территории

- Территориальный брендинг: Гусевский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Багратионовский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Балтийский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Гвардейский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Гурьевский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Гусевский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Зеленоградский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Краснознаменский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Неманский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Нестеровский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Озёрский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Полесский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Правдинский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Светлогорский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Славский муниципалитет Калининградской области
- Территориальный брендинг: Черняховский муниципалитет Калининградской области

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	Умеет применить полученные теоретические знания при выполнении заданий; умеет креативно и эффективно применять полученные теоретические знания на практике в новой нестандартной ситуации, переносить в нее уже изученные и усвоенные понятия, законы и закономерности; способен к разработке креативных и уникальных технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	Понимает специфику деятельности в области геобрендинга и применения ПР-технологий; не только воспроизводит формулировку какой-либо концепции, но и может объяснить на примере из практической деятельности (на примере геобрендинговых технологий)	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	знает концепции геобрендинга и примеры применения ПР-технологий	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

#### 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

##### Основная литература

1. Макаров, А. Н. Брендинг территории как инструмент развития региона : монография / А. Н. Макаров, С. И. Жук, Д. А. Искандарова. - Ставрополь : Логос, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-907258-38-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870647>. – Режим доступа: по подписке.
2. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие / П. Е. Родькин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 92 с. - ISBN 978-5-4499-1291-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1908047>. – Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная литература

1. Бритвин, А. М. Интегративная модель бренда российского города: региональный аспект : монография / А. М. Бритвин, И. Б. Бритвина, Л. Э. Старостова ; под общ. ред. А. М. Бритвина ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федерал. ун-т. - Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2016. - 172 с. - ISBN 978-5-7996-1975-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1945219>
3. Москалев, С. М. Реклама и связи с общественностью в профессиональной деятельности : учебное пособие / С. М. Москалев, Я. И. Семилетова, Т. Г. Виноградова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. - 150 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1902052>
2. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856734>
3. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд ; пред. и пер. с англ. Б.Л. Ерёмкина. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039965>
4. Годин, А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2016. - 184 с. ISBN 978-5-394-02629-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329358>
5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>

### 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет  
имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Город как культурный феномен»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Полякова И.А., канд. филос.н., доц.

Рабочая программа утверждена на заседании (коллегиального экспертного органа образовательно-научного кластера)

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Город как культурный феномен».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Город как культурный феномен».

**Цель** изучения дисциплины: познакомить студентов с современными культурологическими исследованиями проблематики города. **Задачи курса:** выработка навыков культурологического мышления и критического анализа культурных феноменов современного города на основании понимания их исторического становления; чтение и обсуждение работ отечественных и зарубежных ученых, разрабатывающих проблемы культуры города, выделение в них теоретически и методологически значимых идей и концепций; исследование городской культуры посредством реализации творческих и научных проектов.

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

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-5</b> Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<b>УК-5.1</b> Анализирует аксиологические системы; обосновывает актуальность их учета в социальном и профессиональном взаимодействии.	<b>Знать:</b> - имеет четкое представление о месте проблематики города в истории и теории культуры. Отбирает и систематизирует информацию по темам занятий. Знаком с ценностным подходом в теории культуры. В изложении тем курса учитывает многообразие ценностей культуры и влияние ценностных ориентаций на межкультурную коммуникацию в пространстве города. Знает исторические типы городов и особенности их формирования. В ответах подкрепляет изложение ссылками на концепции отечественных и зарубежных теоретиков культуры и урбанистики.  <b>Уметь:</b> - осуществлять подход к мегаполису как перекрестку различных культур. Понимает проблемы и тенденции развития городов, объясняет их причины, интерпретирует с учетом историко-культурного контекста. Выявляет проблемы межкультурного взаимодействия в городском пространстве.  <b>Владеть:</b> - навыками применения ценностного подхода, культурологическими идеями и концепциями к решению проблем коммуникации в современном городе. Соотносит свою точку зрения с идеями проработанных концепций, владеет методами аргументации, сравнительного анализа, классификации и реконструкции. Демонстрирует навыки проектного мышления.
	<b>УК-5.2</b>	<b>Знать:</b>

	<p>Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом культурных особенностей представителей разных этносов, конфессий и социальных групп.</p>	<p>- как оценивать эффективность применения современного знания о культуре города в процессе профессиональной деятельности, опираясь на четко сформулированные критерии.</p> <p>Уметь:</p> <p>- в личном и коллективном общении придерживаться принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов, конфессий и социальных групп</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии.</p>
<p><b>ОПК-3</b> Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p><b>ОПК-3.1</b> Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.</p>	<p>Знать:</p> <p>- информацию о культурных особенностях и традициях российских городов. Учитывает опыт взаимодействия русской и европейских традиций в исследовании города.</p> <p>Уметь:</p> <p>- самостоятельно ставит и решает актуальные научно-практические и социально-практические задачи. Владеет междисциплинарным аналитическим аппаратом и навыками творческой работы, позволяющими исследовать культурные формы и процессы города на современном профессиональном концептуальном уровне. Применяет достижения отечественной и зарубежной культуры в разработке территориальных брендов.</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками представления результатов академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях.</p>
	<p><b>ОПК-3.2</b> Осуществляет авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого</p>	<p>Знать</p> <p>- профессиональные стандарты и нормы профессиональной этики. Осознает специфику современной социокультурной коммуникации.</p> <p>Уметь:</p> <p>- планирует и осуществляет личную профессиональную деятельность, на основе существующих социальных и этических норм, несет ответственность за принятые решения.</p>

	уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	<p>Ясно и грамотно формулирует цели и задачи создаваемых текстов.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками аналитической работы с различными видами современной цифровой культуры в вербальных, визуальных, аудио и мультимедийных форматах. Критически читает и создает тексты различных академических и медийных форматов.</li> </ul>
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Город как культурный феномен» включена в обязательную часть (блок) основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» по направлению «Геобрендинг и урбанистика». Осваивается на I курсе магистратуры в первом и втором семестрах.

Для освоения дисциплины обучающиеся используют знания, умения, сформированные в процессе освоения программ бакалавриата по истории, культурологии, региональной культурологии, философии. Дисциплина связана со следующими учебными курсами: «Введение в урбанистику (*Urban studies*)», «Философия города как основа урбанистики», «Город как место сохранения и трансляции культурной памяти».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Культура города как объект междисциплинарных исследований.	Культура города и пути ее изучения. Город как организующее начало и образ культуры своего времени. Культурное и социальное измерение города (социокультурный подход к изучению города). Когнитивный и системно-синергетический подходы к исследованиям города.
2.	Основные исторические этапы развития городов.	Типы городской культуры Древнего мира (Древний Восток, Древняя Греция и Рим). Средневековый город. Города Нового времени. Возникновение и развитие городов на Руси. Ин-

		дустриальный и постиндустриальный город. Современный мегаполис.
3.	Культурный ландшафт и образ города.	Город на карте. Топография города. Проблема городского ландшафта в культурной географии. Природная среда и архитектура города. Образ и облик города; содержание и структура. Топонимика города. Культурные доминанты города. Урбанистические метафоры и их осмысление в исследованиях культуры города.
4.	Социальный статус города.	Город и деревня. Городская и сельская культуры в типологии культур. Урбанизация. Столица и провинция. Городские субкультуры в прошлом и настоящем.
5.	Культура повседневности исторического и современного города.	Теоретические подходы в осмыслении культуры повседневности. Этикет, манера, стиль поведения. Культура еды. Храм и рынок. Коммуникативная культура города. Мода и повседневность. Университет в социокультурном пространстве города. Ментально-поведенческие структуры культуры повседневности. Повседневная культура города в эпоху масс-медиа. Город-интернет.
6.	Город и горожанин.	Соразмерность города и человека. Проблема идентичности. Коммуникация. «Свое» и «чужое» в городской культуре. Город и путешествие. Чужие города.
7.	Биография города.	Исторический путь, биография, судьба города. Специфика биографического подхода в исследовании города. Представление о городе как о живом существе. «Душа культуры» и «душа города». Дух места ( <i>Genius Loci</i> ). Право на биографию.
8.	Городской фольклор и мифологизация городского пространства.	Город в сказках, легендах и мифах. Природа культурного мифа города. Мифотворчество и мифологизация образа города. Политические мифы и их влияние на жизнь города. Рецепция мифа в пространстве современного города.
9.	Город в искусстве.	Художественная жизнь города. Образ города в изобразительном искусстве. Городской пейзаж. Ведута как источник сведений об урбанистических пространствах прошлого. Музыка в городской культуре.
10.	Образ исторического города в русской культуре.	Тема города в контексте взаимодействия русской и европейских культур. Образы Москвы и Петербурга как основания для типологизации русской культуры. Москва как историко-культурный феномен. Град Петров как предмет научного, художественного и философского исследования. Культурное самоопределение Санкт-Петербурга. Черты петербургской культуры. Художественная жизнь Петербурга.

	<p>Архитектурные образы Москвы и Петербурга. Петербург Пушкина, Достоевского, Гоголя, Блока.</p> <p>Образы Москвы и Петербурга в художественном кинематографе советского времени.</p> <p>Петербург Москва – от конфронтации к диалогу. Москва и Санкт-Петербург как промышленные, торговые, культурные и туристические центры.</p>
--	--

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

#### *Рекомендуемая тематика учебных занятий лекционного типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями)*

Тема 1. Культура города как объект междисциплинарных исследований.

Вопросы для обсуждения.

Культура города и пути ее изучения. Культурное и социальное измерение города (социокультурный подход к изучению города). Когнитивный и системно-синергетический подходы к исследованиям города.

Тема 2. Основные исторические этапы развития городов.

Вопросы для обсуждения.

Типы городской культуры Древнего мира (Древний Восток, Древняя Греция и Рим). Средневековый город. Города Нового времени. Возникновение и развитие городов на Руси. Индустриальный и постиндустриальный город.

Тема 3. Культурный ландшафт и образ города.

Вопросы для обсуждения.

Проблема городского ландшафта в культурной географии. Природная среда и архитектура города. Урбанистические метафоры и их осмысление в исследованиях культуры города.

Тема 5. Культура повседневности исторического и современного города.

Вопросы для обсуждения.

Теоретические подходы в осмыслении культуры повседневности. Храм и рынок. Коммуникативная культура города. Ментально-поведенческие структуры культуры повседневности. Повседневная культура города в эпоху масс-медиа.

Тема 7. Биография города.

Вопросы для обсуждения.

Исторический путь, биография, судьба города. Специфика биографического подхода в исследовании города. Право на биографию.

Тема 8. Городской фольклор и мифологизация городского пространства.

Вопросы для обсуждения.

Природа культурного мифа города. Мифотворчество и мифологизация образа города. Рецепция мифа в пространстве современного города.

Тема 10. Образ исторического города в русской культуре.

Вопросы для обсуждения.

Тема города в контексте взаимодействия русской и европейских культур.

Образы Москвы и Петербурга как основания для типологизации русской культуры. Черты московской и петербургской культур.

### ***Рекомендуемая тематика семинарских и практических занятий***

Тема 2. Основные исторические этапы развития городов.

Вопросы для обсуждения.

Типы городской культуры Древнего мира (на примере Иерусалима, Вавилона, Дамаска, Афин, Рима). Университетские города Средневековья. Феномены Флоренции, Венеции, Парижа, Лондона. Современный мегаполис.

Тема 3. Культурный ландшафт и образ города.

Вопросы для обсуждения.

Город на карте. Топография города. Образ и облик города; содержание и структура. Топонимика города. Культурные доминанты города.

Тема 4. Социальный статус города.

Вопросы для обсуждения.

Город и деревня. Городская и сельская культуры в типологии культур. Урбанизация. Столица и провинция. Городские субкультуры в прошлом и настоящем.

Тема 5. Культура повседневности исторического и современного города.

Вопросы для обсуждения.

Этикет, манера, стиль поведения. Культура еды. Храм и рынок. Мода и повседневность. Университет в социокультурном пространстве города. Город-интернет.

Тема 6. Город и горожанин.

Вопросы для обсуждения.

Соразмерность города и человека. Проблема идентичности. Коммуникация.

Тема 7. Биография города.

Вопросы для обсуждения.

Представление о городе как о живом существе. «Душа культуры» и «душа города». Дух места (*Genius Loci*).

Тема 8. Городской фольклор и мифологизация городского пространства.

Вопросы для обсуждения.

Город в сказках, легендах и мифах. Политические мифы и их влияние на жизнь города.

Тема 10. Образ исторического города в русской культуре.

Вопросы для обсуждения.

Москва как историко-культурный феномен. Град Петров как предмет научного, художественного и философского исследования. Культурное самоопределение Санкт-Петербурга. Художественная жизнь Петербурга. Архитектурные образы Москвы и Петербурга. Образы Москвы и Петербурга в художественном кинематографе советского времени. Петербург Москва – от конфронтации к диалогу. Москва и Санкт-Петербург как промышленные, торговые, культурные и туристические центры.

### ***Темы самостоятельной работы студентов***

Тема 6. Город и горожанин.

Вопросы для обсуждения.

«Свое» и «чужое» в городской культуре. Город и путешествие. Чужие города.

Тема 9. Город в искусстве.

Вопросы для обсуждения.

Художественная жизнь города. Образ города в изобразительном искусстве. Городской пейзаж. Ведута как источник сведений об урбанистических пространствах прошлого. Музыка в городской культуре.

Тема 10. Образ исторического города в русской культуре.

Вопросы для обсуждения.

Петербург Пушкина, Достоевского, Гоголя, Блока.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

### ***Лекционные занятия.***

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование учебного материала, предварительно обозначив в конспекте дату и тему занятия. Важно обращать внимание (подчеркивать или отмечать иным образом) на определения, категории, имена, даты выделенные преподавателем; соотносить теоретический материал с иллюстративным. В отведенное время в конце лекционного занятия важно задавать преподавателю вопросы с целью уяснения всех недостаточно ясных моментов в содержании лекции и ее вспомогательной (иллюстративной) части, а также высказывать пожелания для обсуждения проблемных или сложных вопросов на семинарах, проработки их в активной форме на практических занятиях.

Желательно оставить в рабочих конспектах широкие поля, на которых во внеаудиторное время можно делать дополнения по теме лекции из предоставленной преподавателем презентации, рекомендованной литературы и самостоятельно обнаруженных источников.

### ***Практические и семинарские занятия.***

На *семинарских занятиях* студенты предъявляют подготовленный материал в форме выступления с докладами и презентациями с последующим коллективным обсуждением. Семинарские занятия направлены на систематизацию и углубление научно-теоретических знаний, полученных на лекциях; могут проводиться в форме коллоквиума или мини-конференции.

*Практические занятия* предполагают уяснение связи решаемых задач с теоретическими положениями курса, овладение методами самостоятельной работы в рамках изучаемой дисциплины и их отработку в решении конкретных проблем. На практических занятиях в зависимости от формы (игра, тематическая экскурсия, исследовательская разведка, круглый стол и др.) выполняется командная работа, разработка проектов, представление портфолио, анализ конкретных ситуаций, соотносимых с темами учебного курса.

### ***Самостоятельная работа.***

Самостоятельная работа студента предполагает работу в библиотеке и домашних условиях, в процессе которой осуществляется поиск информации по теме, изучение рекомендованных источников и учебно-методической литературы, оформление презентаций и научных работ.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Культура города как объект междисциплинарных исследований.	<i>УК-5.1</i> <i>УК-5.2</i>	Устный опрос, письменное задание,
Основные исторические этапы развития городов.	<i>УК-5.1</i> <i>УК-5.2</i>	Устный опрос, контрольная работа, собеседование.
Культурный ландшафт и образ города.	<i>УК-5.1</i> <i>УК-5.2</i> <i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, письменное задание, коллоквиум, собеседование, отчет по НИРС
Социальный статус города.	<i>УК-5.1</i> <i>УК-5.2</i>	Устный опрос, письменное задание.
Структуры повседневности исторического и современного города.	<i>УК-5.2</i> <i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, письменное задание (эссе).
Город и горожанин.	<i>УК-5.1</i> <i>УК-5.2</i> <i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, письменное задание, коллоквиум.
Биография города.	<i>УК-5.1</i> <i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, письменное задание, коллоквиум.
Городской фольклор и мифологизация городского пространства.	<i>УК-5.1</i> <i>УК-5.2</i> <i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, письменное задание.
Город в искусстве.	<i>УК-5.1</i> <i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Творческий отчет.
Образ исторического города в русской культуре.	<i>УК-5.1</i> <i>ОПК-3.1</i>	Устный опрос, коллоквиум, контрольная работа.

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

### ***Примеры типовых контрольных заданий.***

Темы 1, 3, 9: составление комментированного цитатного плана первоисточников.

Тема 9: творческий отчет по проекту в форме презентации.

Темы 3, 6, 10: коллоквиум.

Тема 5: эссе.

Тема 2, 10: контрольная работа.

## **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

### ***Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет и экзамен).***

1. Основные подходы к определению понятия «город» в современных гуманитарных науках.
2. Город и цивилизация.
3. Характеристика основных исторических этапов развития городов.
4. Отличительные особенности устройства городской жизни в Месопотамии, Древнем Египте, Древнем Китае, Древней Индии: общая характеристика.
5. Основные этапы развития древнегреческих городов.
6. Феномен города-государства.
7. Основные типы римских городов. Атрибуты римского города.
8. Важнейшие градостроительные идеи Древнего Рима и их культурное значение.
9. Ф. Бродель о средневековых городах Западной Европы.
10. Преставление об идеальном городе в средние века (города-утопии).
11. Города Западной Европы в Новое время: характеристика особенностей культуры.
12. Культурный ландшафт и его влияние на образ города
13. Топография города.
14. Топонимика города.
15. Культурные доминанты города.
16. Образ и облик города; содержание и структура.
17. Социокультурные аспекты урбанизации.
18. Город и деревня
19. Столица и провинция.
20. Городские субкультуры в прошлом и настоящем.
21. Храм и рынок в структуре исторического города.
22. Культура повседневности античного и средневекового города.
23. Современные подходы к изучению культуры еды.
24. Этикет, манера, стиль поведения как маркеры городской культуры.
25. Культура повседневности современного города.
26. Мода и повседневность.
27. Визуальная структура города по К. Линчу.
28. Город в «гуманитарном краеведении» И.М. Гревса и Н.П. Анциферова.
29. «Тело города» и «душа города» в биографии Лондона Питера Акройда и в биографической концепции И.М. Гревса и Н.П. Анциферова.
30. Соразмерность города и человека: проблема идентичности.
31. Проблемы коммуникации в культурном пространстве города.
32. Университет в социокультурном пространстве города.

33. Биография города как культурологическая концепция и субжанр урбанистических исследований.
34. Гений места (*Genius Loci*).
35. Пути и факторы формирования городского фольклора.
36. Жанры городского фольклора.
37. Городской фольклор и мифологизация городского пространства.
38. Современные мифы и их влияние на жизнь города.
39. Образ исторического города в русской культуре.
40. Первые древнерусские города: дискуссионные вопросы происхождения и культурного самоопределения.
41. «Государев город» XVI–XVII вв.
42. Образы Москвы и Петербурга как основания для типологизации русской культуры.
43. Черты московской и петербургской культур.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86–100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71–85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55–70

		ла			
Недостаточный	Отсутствие признаков	удовлетворительного уровня	неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

#### Тексты (первоисточники)

- Акройд П.* Лондон. Биография. Москва: Изд. Ольги Морозовой, 2005.
- Амин Э., Трифт Н.* Внятность повседневного города / пер. с англ. С. Баньковской // Логос. 2002. № 3 (34). С. 209–233.
- Анциферов, Н. П.* Душа Петербурга. Петербург Достоевского. Быль и миф Петербурга. Репринт. воспроизведение изд. 1922, 1923, 1924 гг. М.: Книга: Канон, 1991.
- Анциферов, Н. П.* Москва Пушкина; ред. В. Бонч-Бруевич; Гос. лит. музей. М.: Госкультпросветиздат, 1950
- Анциферов, Н. П.* Проблемы урбанизма в русской художественной литературе. Опыт построения образа города - Петербурга Достоевского - на основе анализа литературных традиций; Учреждение РАН, Ин-т мировой лит. им. А. М. Горького. М.: ИМЛИ РАН, 2009.
- Бродель Ф.* Что такое Франция? Пространство и история / пер. с фр. В.А. Мильчиной, С.Н. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1994.
- Гревс И. М.* Монументальный город и исторические экскурсии (Основная идея образовательных путешествий по основным центрам культуры) // Экскурсионное дело. 1921. № 1. С. 1–14.
- Дройзен И.Г.* Историка. Лекции об энциклопедии и методологии истории. СПб.: Владимир Даль, 2004.
- Линч К.* Образ города / пер. с англ. В. Л. Глазычева. М.: Стройиздат, 1982.
- Лихачев Д.С.* Город на земле. Образ города // Книга беспокойств: воспоминания, ст., беседы. М.: Новости, 1991. С. 392–407.
- Лихачев Д.С.* Образ города и проблема исторической преемственности развития культур // Раздумья о России. СПб.: Logos, 2006. С. 552–570.
- Лотман Ю. М.* Город и время // Метафизика Петербурга. Петербургские чтения по теории, истории и философии культуры. СПб.: Эйдос, 1993. Вып. 1. С. 84–92.
- Топоров В. Н.* Петербургский текст русской литературы: Избранные труды. СПб.: Искусство. СПб., 2003.

#### Учебно-методический материал

- Иконникова, С. Н.* История культурологии: учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. Глава 17 (Город как центр цивилизации).
- Каган М. С.* История культуры Петербурга: учебное пособие; науч. ред. Е. А. Кайсаров. СПб.: СПбГУП, 2008.
- Каган М. С.* Философия культуры : учебное пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2024. URL:
- Марков Б.В.* Культура повседневности: Учебное пособие. 2-е изд., доп. СПб.: Питер, 2021.

#### Дополнительная литература

- Анашкина Н.А., Пендикова И.Г.* Концепты культуры повседневности в рекламной и дизайн-коммуникации // Вестник Омского государственного педагогического университета.

2019. № 3(24). С. 11–16. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_41708458\\_68338448.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_41708458_68338448.pdf)
- Анисимов Н.О.*, Туркина В.Г., Калинина Г.Н. Город и миф // Наука. Искусство. Культура. 2023. Вып. 2(38). С. 18–34. URL: <https://journal.bgiik.ru/index.php/nik/article/view/107/100>
- Анненский И.* Петербург // Петербург в русской поэзии, XVIII — нач. XX в. Поэтич. антология / Сост., авт. вступ. ст. и коммент. М. В. Отрадина. Л.: Изд-во ЛГУ, 1988.
- Анциферовы Н. и Т.* Современные города. Л.: Брок.-Ефр., 1926.
- Анциферов Н.П.* Проблемы урбанизма в русской художественной литературе. Опыт построения образа города — Петербурга Достоевского — на основе анализа литературных традиций. М.: ИМЛИ РАН, 2009.
- Гачев Г.* Национальные образы мира: Курс лекций. М.: Издательский центр «Академия», 1998.
- Голубович И.В., Тихомирова Ф.А., Загурская М.Ф.* «Биография города» как субжанр биографических исследований // ЧЕЛОВЕК.RU. 2021. № 16.
- Город* как социокультурное явление исторического процесса. М.: Наука, 1995.
- Васеха М.В.* Современные общественные московские бани как городской социокультурный феномен // Традиционная культура. 2025. № 1. С. 149–160.
- Воронина Н.И.* Города и люди: культурная идентичность. Саранск: б.и., 2008. URL: <https://znanium.ru/read?id=280136>
- Горнова Г.В.* Антропологические аспекты антиномии города и деревни // Вестник омского университета. 2010. № 3. С. 34–36.
- Гуревич А.Я.* Культура и общество средневековой Европы глазами современников. М.: Искусство, 1989.
- Данилова Е.А.* и др. Университетский город: политическая реальность новой эпохи / Е.А. Данилова, М.В. Подрезов, А.Н. Расходчиков, Е.В. Хахадкина, А.И. Щербинин, Н.Г. Щерибинина / под ред. А.И. Щерибинина, М.В. Подрезова. Томск: Издательский дом Томского государственного университета, 2020. URL: <https://znanium.ru/read?id=395453>
- Джекобс Дж.* Назначение тротуаров: безопасность // Логос (Город). 2008. № 3(66). С. 3–23. URL: [http://www.intelros.ru/pdf/logos\\_03\\_2008/01.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/logos_03_2008/01.pdf)
- Замятин Д.Н.* Геокультурный брендинг городов и территорий: от гения места к имиджевым ресурсам // Современный проблемы сервиса и туризма. 2015. Т. 9. № 2. С. 25–31.
- Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю., Митин И.И.* Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические подходы / отв. ред. Д.Н. Замятин. М.: Институт наследия, 2008.
- Зукин Ш.* Обнаженный город. Смерть и жизнь аутентичных городских пространств // Экономическая социология. 2018. Т. 19. № 1. С. 62–91.
- Йегер В.* Пайдейя. Воспитание античного грека / пер. с нем. А.И. Любжина. М.: Греко-латинский кабинет Ю.А. Шичалина, 2021. Т. 1.
- Координаты* современной урбанистики: дискурсивные трансформации: монография: в 2 томах. Том 1 / под науч. ред И.А. Савченко, Ю.В. Козловой; отв. ред. Г.С. Широкалова, Н.А. Трубина, Л.Р. Миркушина. М.: ИНФРА-М, 2023. URL: <https://znanium.ru/read?id=439053>
- Координаты* современной урбанистики: новая гуманитарная перспектива: монография: в 2 томах. Том 2 / под науч. ред И.А. Савченко, Ю.В. Козловой; отв. ред. Г.С. Широкалова, Н.А. Трубина, Л.Р. Миркушина. М.: ИНФРА-М, 2023. URL: <https://znanium.ru/read?id=439237>
- Лобанкова И.П.* Древний город как объект культурологического исследования // Вестник Челябинского гос. унта. 2008. № 11. Вып. 6. С. 96–104. URL: <file:///D:/Downloads/drevniy-gorod-kak-obekt-kulturologicheskogo-issledovaniya.pdf>
- Лобанкова И.П.* Протогород как культурная форма организации жизни общества (культурологический и философский аспекты) // Culture and Civilization. 2017. Vol. 7. Is. 6A. С. 261–267. URL: <http://publishing-vak.ru/file/archive-culture-2017-6/31-lobankova.pdf>

- Марков Б.В. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры. СПб.: Алетейя, 1999. Раздел второй «Культура и город».
- Миколайт А., Пюркхауэр М. Код города: 100 наблюдений, которые помогут понять город; пер. с англ. А.Тарасенко. М.: Strelka Press, 2020.
- Николаева Е.В. Фракталы городской культуры. СПб.: Страта, 2014. URL: <https://znanium.ru/read?id=328670>
- Пирогов С.В. Город как феномен культуры: когнитивный подход // Вестн. Томск. гос. ун-та. 2011. № 2. С. 31–37. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_16396258\\_48293893.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_16396258_48293893.pdf)
- Полякова И.А. Биография города: жизнь, история, судьба // Вопросы культурологии. 2011. № 8. С. 24–28. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_16863441\\_41071755.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_16863441_41071755.pdf)
- Полякова И.А. Антропология места, или культурные метаморфозы *genius loci* // Вопросы культурологии. 2011. № 10. С. 46–51. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_17362605\\_73761575.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_17362605_73761575.pdf)
- Рокамора А. Одевая город: Париж, мода и медиа / пер. с англ. К. Гусаровой. М.: Новое литературное обозрение, 2017. URL: <https://znanium.ru/read?id=315873>
- Рыбакова Г.Р. Городские пространства для выгула собак в социокультурном пространстве мегаполисов: системный подход: монография / Г.Р. Рыбакова, И.В. Дойко, Г.С. Гуленкова; под науч. ред. Г.В. Рыбаковой. Красноярск: Сибир. Федер. Ун-т, 2022. URL: <https://znanium.ru/read?id=432927>
- Соколова О.М. Теоретико-методологические подходы к изучению города как объекта культурологического исследования // Искусство и культура. 2017. № 1(25). С. 73–79. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_29095557\\_21084878.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_29095557_21084878.pdf)
- Университетский город: архитектура смыслов: сб. статей / под ред. А.И. Щербинина и А.Н. Расходчикова. М.-Томск: ВЦИОМ, Издательский дом Томского государственного университета, 2021. URL: <https://znanium.ru/read?id=395452>
- Шишкина Л.И. Город как культурно-исторический феномен в работах О. Шпенглера и Н. Анциферова. // Управленческое консультирование. 2015. № 8. С. 158–166. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_24251444\\_52246224.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_24251444_52246224.pdf)
- Шумихина М.Н. Политический миф в пространстве города // Современный город: социальность, культуры, жизнь людей. Материалы XVII Международной научно-практической конференции. Том 1. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2014. С. 219–223. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_23943667\\_90238320.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_23943667_90238320.pdf)

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)
- Сформированная преподавателем база источников (сканированные тесты), учебно-методической и справочной литературы, не представленных в сети Интернет и отсут-

ствующих в библиотеке БФУ им. Канта. Располагается на жестком диске компьютера в аудитории 217.

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Город как место сохранения и трансляции культурной памяти»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Полякова И.А., канд. филос.н., доц.

Рабочая программа утверждена на заседании (коллегиального экспертного органа образовательно-научного кластера)

Рабочая программа утверждена на заседании (коллегиального экспертного органа образовательно-научного кластера)

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета

ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ

Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Город как место сохранения и трансляции культурной памяти».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

**1. Наименование дисциплины:** «Город как место сохранения и трансляции культурной памяти».

**Цель изучения дисциплины** – раскрыть значение культурной памяти в жизни современного города.

**Задачи курса:**

познакомить студентов с основными концепциями и фундаментальными проблемами исследований культурной памяти;

сформировать у обучающихся знание основных понятий и принципов «мемориальной парадигмы», выявить ее эвристический потенциал;

обосновать роль концепций культурной памяти в построении исследовательских программ современного гуманитарного знания;

определить актуальное значение культурной памяти для достижения устойчивого развития города на основе репрезентации, трансляции и генерации кодов культурной идентичности.

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

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-3</b> Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>ОПК-3.1</b> Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы. <b>ОПК-3.2</b> Осуществляет авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	<b>Знать:</b> - основные подходы российских и зарубежных ученых к исследованию культурной памяти как внеиндивидуального явления в европейской интеллектуальной культуре; - главные направления теоретико-методологических дискуссий в данной области. <b>Уметь:</b> - ясно и грамотно формулировать цели и задачи создаваемых текстов; - анализировать фундаментальные и теоретико-методологические проблемы «мемориальных исследований», применяет понятия и принципы «мемориальной парадигмы» в изучении прикладных вопросов и эмпирического материала профильной дисциплины. - самостоятельно ставить и решать актуальные научно-практические задачи; - представлять результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях; - применять достижения отечественной и зарубежной культуры в разра-

		<p>ботке территориальных брендов.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- междисциплинарным аналитическим аппаратом и навыками творческой работы, позволяющими исследовать культурные формы и процессы города на современном профессиональном концептуальном уровне;</li> <li>- навыками аналитической работы с различными видами современной цифровой культуры в вербальных, визуальных, аудио и мультимедийных форматах. Критически читает и создает тексты различных академических и медийных форматов по тематике изучаемого курса.</li> </ul>
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Город как место сохранения и трансляции культурной памяти» включена в обязательную часть (блок) основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» по направлению «Геобрендинг и урбанистика». Осваивается во втором семестре I курса магистратуры.

Для изучения дисциплины обучающиеся используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе освоения программ бакалавриата по истории, культурологии, региональной культурологии, философии. Дисциплина связана со следующими учебными курсами: «Введение в урбанистику (*Urban studies*)», «Город как культурный феномен», «Философия города как основа урбанистики».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе

индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	«Мемориальная парадигма» в современном социально-гуманитарном знании.	<p>Подходы к изучению памяти в гуманитарных и общественных науках (феноменологический, герменевтический, семиотический).</p> <p>История и память. Традиция и память. «Изобретение традиции» (Э. Хобсбаум) в процессах культурной динамики.</p> <p>Виды памяти в <i>memory studies</i> (социальная, индивидуальная, коллективная, глобальная, коммуникативная, культурная).</p> <p>«Память образов» (А. Варбург); «Память жанра» (М.М. Бахтин).</p> <p>Феномен прошлого. Аксиологический статус прошлого. Персонализированное (мое) и коллективное (наше) прошлое. Концепция коллективной памяти.</p>
2.	Феномен культурной памяти: сущность, структура, функции (память как социокультурный феномен).	<p>Причины актуализации проблематики культурной памяти. Формирование современных исследований культурной памяти (Я. Ассман, А.Ассман, Ю.М. Лотман, Д.С. Лихачев). Дискуссии по проблеме культурной памяти.</p> <p>Субъект культурной памяти.</p> <p>Культурно-исторические механизмы памяти (воспоминание, традиция, забвение, ностальгия).</p> <p>Культурная амнезия. Ф.Ницше и Э. Ренан о социально-культурной роли забвения.</p> <p>Исследование культурной памяти как научная программа современной культурологии.</p> <p>Культурная память и коммуникативная память.</p> <p>Объективации культурной памяти.</p> <p>Сакральный характер культурной памяти. Ритуализация культурных воспоминаний.</p> <p>Институты создания, хранения и трансляции культурной памяти.</p>
3.	Культура как память.	<p>Культурная память как механизм сохранения и актуализации смысла, заложенного в знаковых системах. Московско-тартуская семиотическая школа и понимание культуры как памяти. Текстовая природа культурной памяти (М.Ю. Лотман).</p> <p>Культурная память как коммуникативная память</p>

		<p>(Я. Ассман). Роль письменности в становлении культурной памяти.</p> <p>Культура как генетически ненаследуемая память коллектива.</p> <p>«Архив» культуры. Воздействие ранних текстов на настоящее культуры и влияние изменившегося настоящего на прошлое.</p> <p>Городской текст как палимпсест. Меморативные топонимы города.</p>
4.	Мнемософия: культурная память и наследие.	<p>Наследие как базовая ценность современной цивилизации. Наследиеведение как новое научное направление (Д.С. Лихачев, Т. Шола). Понятие, атрибуты, признаки и категории наследия; исторические особенности феномена наследия.</p> <p>Наследие и проблема культурной памяти.</p> <p>Память вещей. Отбор и канонизация наследия.</p> <p>Современный город и проблемы сохранения наследия.</p>
5.	Культурная память и культурная идентичность в пространстве города.	<p>Понятие культурной идентичности. Взаимосвязь мемориальных практик с формированием культурной идентичности.</p> <p>Концептуальное обоснование способов и форм актуализации культурного наследия как основы современной городской идентичности.</p> <p>Проблематизация идентичности как основа роста значения коллективной памяти.</p> <p>Культуры соучастия в городской среде: другие места, другие маршруты, другое видение повседневности, «присвоение» городского пространства.</p>
6.	Визуализация культурной памяти.	<p>Город в структуре культурного ландшафта как «меморативный» и «коммеморативный» ландшафт. Маркеры городской идентичности. Память как ресурс общезначимых символов идентичности.</p> <p>Места памяти в пространстве города. Концепция «мест памяти» П.Нора и ее современные интерпретации. Сакрализация памяти как явление современной культуры. Сакральные ландшафты как «места памяти».</p> <p>Городские виды как культурная ценность: визуальная экология города. Коммеморативные практики и методы их изучения. Улицы и площади как места памяти.</p> <p>Отражение культурной памяти в художественной культуре. Художественный образ как документ культуры в традициях философско-эстетической мысли (романтики, Г.В.Ф. Гегель, И. Тэн, Я. Буркхардт).</p> <p>Исследовательская программа А. Варбурга. Образ</p>

		<p>– носитель социокультурной памяти. Иконология как «искусство памяти». Проект исследования образной памяти человечества (атлас «Мнемозина»). Значение идей Варбурга для современных <i>memory studies</i>.</p> <p>Изображение и воспоминание в городской культуре. Официальное учреждение памяти. Памятники и события. Монумены, календари памятных дат, официальные церемонии, архивы и музеи и др.</p>
7.	Музей в городе как место производства культурной памяти.	<p>Миссия музея в стремительно растущих городах. Музей в городе как источник самопознания и самосознания горожан.</p> <p>Городские музеи как пространства репрезентации проблематики памяти в городской среде.</p> <p>Культурная идентичность как форма самомузеефикации. «Культурная усталость». Экскурсии как культурная и коммеморативная практика по интерпретации культурного наследия города.</p>
8.	Культурная память и медиа.	<p>Проблемы формирования культурной памяти в цифровую эпоху.</p> <p>Медийные революции и трансформации «культур воспоминания».</p> <p>Краеведение, туризм и городская память в контексте новых медиа.</p>

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями).

Тема 1. «Мемориальная парадигма» в современном социально-гуманитарном знании.  
Вопросы для обсуждения.

Подходы к изучению памяти в гуманитарных и общественных науках.

История и память. Традиция и память. «Изобретение традиции» (Э. Хобсбаум) в процессах культурной динамики. Виды памяти в *memory studies* (социальная, индивидуальная, коллективная, глобальная, коммуникативная, культурная). Память образов (А.Варбург). «Память жанра» (М.М.Бахтин). Феномен прошлого. Аксиологический статус прошлого. Персонализированное (мое) и коллективное (наше) прошлое. Концепция коллективной памяти.

Тема 2. Феномен культурной памяти: сущность, структура, функции (память как социокультурное явление).

Вопросы для обсуждения.

Причины актуализации проблематики культурной памяти. Формирование современных исследований культурной памяти (Я. Ассман, А.Ассман, Ю.М. Лотман, Д.С. Лихачев).

Дискуссии по проблеме культурной памяти. Субъект культурной памяти. Культурно-исторические механизмы памяти (воспоминание, традиция, забвение, ностальгия). Культурная амнезия. Ф.Ницше и Э. Ренан о социально-культурной роли забвения. Исследование культурной памяти как научная программа современной культурологии. Культурная память и коммуникативная память. Объективации культурной памяти. Сакральный характер культурной памяти. Ритуализация культурных воспоминаний. Институты создания, хранения и трансляции культурной памяти.

### Тема 3. Культура как память.

#### Вопросы для обсуждения.

Культурная память как механизм сохранения и актуализации смысла, заложенного в знаковых системах. Московско-тартуская семиотическая школа и понимание культуры как памяти. Текстовая природа культурной памяти (М.Ю. Лотман). Культурная память как коммуникативная память (Я. Ассман). Роль письменности в становлении культурной памяти. Культура как генетически ненаследуемая память коллектива. «Архив» культуры. Воздействие ранних текстов на настоящее культуры и влияние изменившегося настоящего на прошлое.

### Тема 4. Мнемософия: культурная память и наследие.

#### Вопросы для обсуждения.

Наследие как базовая ценность современной цивилизации. Наследиеведение как новое научное направление (Д.С. Лихачев, Т. Шола). Понятие, атрибуты, признаки и категории наследия; исторические особенности феномена наследия. Наследие и проблема культурной памяти. Современный город и проблемы сохранения наследия.

### Тема 5. Культурная память и культурная идентичность в пространстве города.

#### Вопросы для обсуждения.

Понятие культурной идентичности. Взаимосвязь мемориальных практик с формированием культурной идентичности. Концептуальное обоснование способов и форм актуализации культурного наследия как основы современной городской идентичности. Проблематизация идентичности как основа роста значения коллективной памяти.

### Тема 6. Визуализация культурной памяти.

#### Вопросы для обсуждения

Город в структуре культурного ландшафта как «меморативный» и «коммеморативный» ландшафт. Маркеры городской идентичности. Память как ресурс общезначимых символов идентичности. Места памяти в пространстве города. Отражение культурной памяти в художественной культуре. Художественный образ как документ культуры в традициях философско-эстетической мысли (романтики, Г.В.Ф. Гегель, И. Тэн, Я. Буркхардт). Изображение и воспоминание в городской культуре. Официальное учреждение памяти. Памятники и события. Монументы, календари памятных дат, официальные церемонии, архивы и музеи и др.

#### Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 2. Феномен культурной памяти: сущность, структура, функции (память как социокультурное явление).

#### Вопросы для обсуждения.

Культурно-исторические механизмы памяти (воспоминание, традиция, забвение, ностальгия). Культурная амнезия. Ф.Ницше и Э. Ренан о социально-культурной роли забвения.

Тема 3. Культура как память.

Вопросы для обсуждения.

Городской текст как палимпсест. Меморативные топонимы города.

Тема 4. Мнемософия: культурная память и наследие.

Вопросы для обсуждения.

Память вещей. Отбор и канонизация наследия.

Тема 5. Культурная память и культурная идентичность в пространстве города.

Вопросы для обсуждения.

Культуры соучастия в городской среде: другие места, другие маршруты, другое видение повседневности, «присвоение» городского пространства.

Тема 6.

Вопросы для обсуждения.

Концепция «мест памяти» П.Нора и ее современные интерпретации. Сакрализация памяти как явление современной культуры. Сакральные ландшафты как «места памяти». Городские виды как культурная ценность: визуальная экология города. Коммеморативные практики и методы их изучения. Улицы и площади как места памяти. Исследовательская программа А. Варбурга. Образ – носитель социокультурной памяти. Иконология как «искусство памяти». Проект исследования образной памяти человечества (атлас «Мнемозина»). Значение идей Варбурга для современных *memory studies*.

Тема 7. Музей в городе как место производства культурной памяти.

Вопросы для обсуждения

Миссия музея в стремительно растущих городах. Городские музеи как пространства репрезентации проблематики памяти в городской среде. Музей в городе как источник самопознания и самосознания горожан. Культурная идентичность как форма самомузеефикации. «Культурная усталость». Экскурсии как культурная и коммеморативная практика по интерпретации культурного наследия города.

Тема 8. Культурная память и медиа.

Вопросы для обсуждения

Проблемы формирования культурной памяти в цифровую эпоху. Медийные революции и трансформации «культур воспоминания». Краеведение, туризм и городская память в контексте новых медиа.

Темы *самостоятельной работы* студентов

1. Покажите и проиллюстрируйте примерами взаимосвязь урбанистических и мемориальных исследований в современном гуманитарном знании.
2. Проанализируйте основные социальные процессы, с которыми связывают возникновение интереса к исследованию проблем культурной памяти. Приведите примеры, иллюстрирующие связь известных Вам культурных мемориальных практик в пространстве города с выделенными предпосылками.
3. В чем заключается проблематичность понятия коллективной памяти?
4. Назовите особенности символических медиаторов культурной памяти, которые обуславливают ее долгосрочный характер.
5. Раскройте содержание понятия «культурная амнезия». В чем проявляется динамика припоминания и забвения как двух основных процессов формирования культурной памяти?

6. Раскройте содержание понятия «коммеморация». Каковы причины актуализации коммеморативных практик в современном городе?
7. Какие «места памяти» П. Нора называет фиктивными? Приведите примеры из известного Вам материала городских культур.
8. К каким процессам в музейной жизни города применимо понятие «культурная усталость» (Т. Шола)?

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

### *Лекционные занятия.*

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование учебного материала, предварительно обозначив в конспекте дату и тему занятия. Важно обращать внимание (подчеркивать или отмечать иным образом) на определения, категории, имена, даты выделенные преподавателем; соотносить теоретический материал с иллюстративным. В отведенное время в конце лекционного занятия важно задавать преподавателю вопросы с целью уяснения всех недостаточно ясных моментов в содержании лекции и ее вспомогательной (иллюстративной) части, а также высказывать пожелания для обсуждения проблемных или сложных вопросов на семинарах, проработки их в активной форме на практических занятиях.

Желательно оставить в рабочих конспектах широкие поля, на которых во внеаудиторное время можно делать дополнения по теме лекции из предоставленной преподавателем презентации, рекомендованной литературы и самостоятельно обнаруженных источников.

### *Практические и семинарские занятия.*

На *семинарских занятиях* студенты предъявляют подготовленный материал в форме выступления с докладами и презентациями с последующим коллективным обсуждением. Семинарские занятия направлены на систематизацию и углубление научно-теоретических знаний, полученных на лекциях; могут проводиться в форме коллоквиума или мини-конференции.

*Практические занятия* предполагают уяснение связи решаемых задач с теоретическими положениями курса, овладение методами самостоятельной работы в рамках изучаемой дисциплины и их отработку в решении конкретных проблем. На практических занятиях в зависимости от формы (игра, тематическая экскурсия, исследовательская разведка, круглый стол и др.) выполняется командная работа, разработка проектов, представление портфолио, анализ конкретных ситуаций, соотносимых с темами учебного курса.

### *Самостоятельная работа.*

Самостоятельная работа студента предполагает работу в библиотеке и домашних условиях, в процессе которой осуществляется поиск информации по теме, изучение рекомендованных источников и учебно-методической литературы, оформление презентаций и научных работ.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
«Мемориальная парадигма» в современном социально-гуманитарном знании.	<i>ОПК-3.1</i>	Устный опрос, проверка конспекта, контрольная работа.
Феномен культурной памяти: сущность, структура, функции (память как социокультурное явление).	<i>ОПК-3.1</i>	Устный опрос, проверка конспекта, письменное задание, презентация с комментариями.
Культура как память.	<i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, проверка конспекта, коллоквиум.
Мнемософия: культурная память и наследие.	<i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, проверка конспекта, презентация с комментариями, творческий отчет по проекту.
Культурная память и культурная идентичность в пространстве города.	<i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, эссе.
Визуализация культурной памяти.	<i>ОПК-3.1</i> <i>ОПК-3.2</i>	Устный опрос, проверка конспекта, коллоквиум, творческий отчет по проекту.
Музей в городе как место производства культурной памяти.	<i>ОПК-3.2</i>	Эссе, коллоквиум, презентация с комментариями, творческий отчет по проекту.
Культурная память и медиа.	<i>ОПК-3.2</i>	Презентация с комментариями, творческий отчет по проекту.

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

Темы 5, 7. Эссе.

Тема 4, 5. Проект экскурсии.

Разработайте экскурсионный маршрут, включающий «места памяти» города и доминанты, демонстрирующие его культурную идентичность.

Тема 6. Фотовыставка.

Сделайте цикл фотографий, характеризующих повседневное пространство современного города. Структурируйте полученный визуальный материал и сопроводите его коммента-

риями, раскрывающими способы реализации коммеморативных практик в городском пространстве.

Тема 7. Проект тематической онлайн-выставки с включением мемориальных предметов из коллекций музеев города.

### **8.3. Примерный перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

1. «Мемориальная парадигма» в современном социально-гуманитарном знании.
2. Подходы к изучению памяти в гуманитарных и общественных науках.
3. История и культурная память.
4. Традиция и культурная память.
5. «Изобретение традиции» (Э. Хобсбаум) в процессах культурной динамики.
6. Виды памяти в memory studies (социальная, индивидуальная, коллективная, глобальная, коммуникативная, культурная).
7. Понятие культурной памяти. Причины актуализации проблематики культурной памяти.
8. Аксиологический статус прошлого. Персонализированное (мое) и коллективное (наше) прошлое.
9. Проблема субъекта памяти: индивидуальная память и коллективная культурная память.
10. Концепция коллективной памяти Я. Ассмана.
11. Объективации культурной памяти.
12. Сакральный характер культурной памяти.
13. Ритуализация культурных воспоминаний.
14. «Места памяти» П.Нора: характеристика исследовательского проекта.
15. Концепция культурной памяти в исследованиях Московско-тартуской семиотической школы.
16. Культурная память и культурная идентичность.
17. Основные подходы к феномену коммеморации.
18. Институты создания, хранения и трансляции культурной памяти.
19. Культурная амнезия.
20. Городской текст как палимпсест.
21. Меморативные топонимы города.
22. Наследиеведение как новое научное направление (Д.С. Лихачев, Т. Шола).
23. Наследие и проблема культурной памяти.
24. Память вещей. Отбор и канонизация наследия.
25. Современный город и проблемы сохранения наследия.
26. Понятие культурной идентичности. Взаимосвязь мемориальных практик с формированием культурной идентичности.
27. Культурная память как ресурс общезначимых символов городской идентичности.
28. Места памяти в пространстве города.
29. Художественный образ как документ культуры.
30. Исследовательская программа А. Варбурга. Иконология как «искусство памяти». Памятники и коммеморации: город как культурно-историческая сцена.
31. Память и забвение в культурной жизни современного города.
32. Современная культурная политика и мемориальные практики.
33. Роль театров, музеев, журналов, газет в трансляции культурной памяти на разных этапах развития города.
34. Городские музеи как пространства репрезентации проблематики памяти в городской среде.

35. Экскурсии как культурная и коммеморативная практика по интерпретации культурного наследия города.
36. Проблемы формирования культурной памяти в цифровую эпоху.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низшего уровня.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86–100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71–85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55–70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

#### 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

##### Основная литература

### **Тексты** (первоисточники)

- Ассман А.* Забвение истории — одержимость историей / сост., пер. с нем. Б. Хлебникова. М.: Новое литературное обозрение, 2019.
- Ассман Я.* Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М.: Языки славянской культуры, 2004. URL: <https://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/assman.pdf>
- Вальдман И.А., Красильникова Е.А.* Феномен мемориального пространства города: основные подходы к изучению // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2021. Т.10. №. 3А. С. 137–146. URL: <http://publishing-vak.ru/file/archive-philosophy-2021-3/d3-valdman-krasilnikova.pdf>
- Варбург А.* Усвоение экспрессивных значений прошлого // Память как объект и инструмент искусствознания. Сборник статей / Сост. Е.А. Бобринская, А.С. Корндорф. М.: Государственный институт искусствознания. М., 2016. С. 12–19.
- Лихачев Д.С.* Искусство памяти и память искусства // Критика и время: литературно-критический сборник /сост. Н.П. Утехин. Л.: Лениздат, 1984. С. 68–74.
- Лихачев Д.С.* Память преодолевает время // Наше наследие. 2014. № 108.
- Лотман Ю.М.* Внутри мыслящих миров: человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки русской культуры, 1996.
- Лотман Ю.М.* Память в культурологическом освещении // Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб.: Искусство-СПб, 2000. С. 673–676.
- Лотман Ю.М.* Память культуры // Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб.: Искусство-СПб, 2000. С. 614–621.
- Музиль Р.* Прижизненное наследие // Музиль Р. Малая проза. Избранные произведения в двух томах. Роман. Повести. Драмы. Эссе / пер. с нем., пред. А. Карельского, сост. Е. Кацевой. М.: Канонпресс-Ц; Кучково поле, 1999. Т. 2. II. Угрюмые размышления «Памятники». С. 133–136.
- Нора П. Всемирное торжество памяти // Неприкосновенный запас. 2005. № 2 (40–41) . URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/vsemirnoe-torzhestvo-pamyati.html>
- Нора П.* Между памятью и историей. Проблематика мест памяти // Нора П. и др. Франция-память. Пьер Нора и др.; пер. с фр. Д. Хапаевой. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1999. С. 17–50.
- Нора П.* Эра коммемораций // Франция-Память. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. С. 95–150.
- Рикёр П.* Память, история, забвение. М. : Изд-во гуманит. лит., 2004.
- Хальбвакс М.* Социальные рамки памяти. М.: Нов. изд-во, 2007.
- Хобсбаум Э.* Изобретение традиций // Вестник Евразии.2000. № 1. С. 47–62.
- Шола Т.* Мнемософия. Эссе о науке публичной памяти. Ростов Великий: ГМЗ «Ростовский кремль», 2017.
- Шола Т.* Публичная память в обществе, которое предали. Заметки лектора = Public Memory in a Betrayed Society. Notes of a lecturer / пер. с англ. Д. В. Суворовой; отв. ред. И. А. Полякова; науч. ред. И. О. Дементьев; Калининградский региональный общественный фонд культуры. Калининград, 2021.

### **Учебно-методический материал**

- Журавлева И.А.* Исследования культурной памяти в контексте аналитики современных социальных процессов. Учебно-методическое пособие. Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2022. URL: <http://www.phipsy.vsu.ru/students/publications/2022/zhuravleva2022-1.pdf>  
URL: <https://e.lanbook.com/book/133315>
- Прикладная культурология. Энциклопедия* / Сост. и науч. ред. И.М. Быховская. М.: Согласие, 2019. Статьи: «Идентичность культурная», «Код культурный», «Ландшафт культурный», «Визуальная культура», «Городская культура», «Брендинг», «Наследия культурного

актуализация», «Наследия культурного сохранение». URL: <https://znanium.ru/read?id=339495>

## Дополнительная литература

Буллер А., Линченко А.А. Культурная память как предмет философского осмысления // Диалог со временем. 2019. Вып. 66. С. 5–18. URL: [https://roii.ru/dialogue/66/roii-dialogue-66\\_1.pdf](https://roii.ru/dialogue/66/roii-dialogue-66_1.pdf)

Веденин Ю.А. Культурный ландшафт как объект наследия. М.: Ин-т наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004.

Всемирное культурное и природное наследие: Документы, комментарии, списки объектов. М.: Институт Наследия, 1999.

Всемирный доклад по культуре-2000: Культурное многообразие: конфликт и плюрализм / ЮНЕСКО. М.: Магистр-Пресс, [2002].

Головашина О.В. Места памяти: между метафорой и концептом // Социология власти. 2022. Т. 34. № 1. С. 18–38. URL: <file:///D:/Downloads/mesta-pamyati-mezhdu-metaforoy-i-kontseptom.pdf>

Гун Г.Е. Культурное наследие и культурная память: региональные срезы // Культура и цивилизация. 2018, Т. 8. № 4А. С. 81–87. URL: <http://publishing-vak.ru/file/archive-culture-2018-4/11-gun.pdf>

Димке Д.В., Руденко Н.И. Когда история дает сдачи: городские пространства и память вещей // Этнографическое обозрение. 2017. № 6. С. 14–29. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_30753705\\_31156594.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_30753705_31156594.pdf)

Замятин Д.Н. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов. СПб.: Алетейя, 2003.

Каганский В.Л. Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство: Сборник статей. М.: Новое литературное обозрение, 2001.

Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия URL : [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/heritage.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml)

Максаковский В.П. Всемирное культурное наследие. М.: Издательский сервис, 2000.

Марков Б.В. Музей в пространстве города // Коллекция в пространстве культуры. Материалы международной научной конференции... / отв. ред. И.А. Полякова и др. Калининград: Калининградский областной музей янтаря, 2018.

Память как объект и инструмент искусствознания. Сборник статей / сост. Е.А. Бобринская, А.С. Корндорф. М.: Государственный институт искусствознания. М., 2016.

Репина Л.П. Феномен памяти в современном гуманитарном знании / Л.П. Репина // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2011. № 3 (153). С. 191–201.

Туровский Р.Ф. Культурные ландшафты России. М.: Рос. НИИ природ. и культ. наследия, 1998. 210 с.

Туровский Р.Ф. Соотношение культурных ландшафтов и региональной идентичности в современной России. URL: <http://www.regional-science.ru/authors/turovsky>.

Федотова Н.Г. Культурная память города: концептуальный анализ // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2018. № 3(15). С.

Федотова Н.Г. Культурная память города: современные практики символизации прошлого // Обсерватория культуры. 2021. № 18(4). С. 352–364. URL: <https://observatoria.rsl.ru/jour/article/view/1237/785>

Федотова Н.Г. Места памяти города: концепт и типология // Ярославский педагогический вестник. 2023. № 6(135). С. 204–213. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_59855387\\_80037515.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_59855387_80037515.pdf)

Хаттон П. История как искусство памяти. СПб.: Владимир Даль, 2004.

Шола Т. Вечность здесь больше не живет. Толкловый словарь музейных грехов / пер. Н. Копелянской, Е. Петровой. Тула: Музей-усадьба Л.Н. Толстого Ясная поляна», 2013.

*Шуб М.Л.* Социальная, коллективная и культурная память: новый подход к определению смысловых границ понятий // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14, № 1. С. 4—11.

*Шуб М.Л.* Феномен коммеморации: опыт культурологического анализа практик публичного поминовения (на примере наименования улиц Челябинска) // Обсерватория культуры. 2018. № 15(2). С. 161–169. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=34941152>

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

\*\*\*

- Сформированная преподавателями база источников (сканированные тексты), учебно-методической и справочной литературы, не представленных в сети Интернет и отсутствующих в библиотеке БФУ им. Канта, располагается на жестком диске компьютера в аудитории 217.

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным

лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Иностранный язык в профессиональной деятельности»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## **Лист согласования**

**Составитель:** Поздняков Владимир Владимирович, ст.преп. Ресурсного центра ИЯ, ИГН.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Иностранный язык в профессиональной деятельности».

Цель дисциплины

**Цель освоения дисциплины «Иностранный язык (английский) в профессиональной деятельности»:** формирование у студентов профессионально значимых компетенций, определённых ООП по направлению подготовки 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью", что предполагает готовность использовать иностранный язык в процессе межкультурного взаимодействия в типичных ситуациях устного и письменного общения в сфере профессиональной коммуникации.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>УК-4.1. Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).</p>	<p><b>Знать:</b> как вести запись основных мыслей и фактов, а также запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблематике;</p> <p>виды и особенности письменных текстов и устных выступлений; понимать общее содержание сложных текстов на абстрактные и конкретные темы, в том числе узкоспециальные тексты;</p> <p>основную терминологию своей широкой и узкой специальности; русских эквивалентов основных слов и выражений профессиональной речи;</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>понимать основное содержание аутентичных специальных текстов, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), блогов/веб-сайтов; выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного характера;</p> <p>использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках, способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного</p>

		<p>и межкультурного взаимодействия</p> <p>поддерживать контакты при помощи электронной почты, выполнять письменные проектные задания (письменное оформление презентаций, информационных буклетов, коллажей, постеров)</p> <p><b>Владеть:</b> формами деловой переписки; навыками подготовки текстовых документов в управленческой деятельности; владеть основами реферирования и аннотирования литературы по специальности; основными приемами реферирования и перевода литературы по специальности;</p> <p>навыками обсуждения знакомой темы, делая важные замечания и отвечая на вопросы; создания простого связного текста по знакомым или интересующим его темам, адаптируя его для целевой аудитории;</p> <p>навыками работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>
<p>ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p> <p>ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом пла-</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>признаки изученных грамматических явлений (видовременных форм глаголов, модальных глаголов и их эквивалентов, артиклей, существительных, неличных форм глагола);</p> <p>основные нормы речевого этикета (реплики-клише, наиболее распространенная оценочная лексика), принятые в стране изучаемого языка;</p> <p>основные значения изученных лексических единиц в рамках повседневного и делового общения.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p><i>(1) говорение</i></p> <p>начинать, вести/поддерживать и заканчивать беседу в стандартных ситуациях общения, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости переспрашивая, уточняя;</p>

	<p>нирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p>	<p>расспрашивать собеседника и отвечать на его вопросы, высказывая свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника согласием/отказом, опираясь на изученную тематику и усвоенный лексико-грамматический материал;</p> <p>делать сообщения, описывать события/явления (в рамках пройденных тем), передавать основное содержание, основную мысль прочитанного или услышанного, выражать свое отношение к прочитанному/услышанному, давать характеристику персонажей;</p> <p>использовать синонимичные средства в процессе устного общения;</p> <p><b>(2) аудирование</b></p> <p>понимать основное содержание аутентичных прагматических текстов и выделять для себя значимую информацию;</p> <p>понимать основное содержание аутентичных текстов, относящихся к разным коммуникативным типам речи (сообщение/рассказ), уметь определить тему текста, выделить главные факты в тексте, опуская второстепенные;</p> <p>использовать переспрос, просьбу повторить;</p> <p><b>(3) чтение</b></p> <p>ориентироваться в иноязычном тексте: прогнозировать его содержание по заголовку;</p> <p>читать аутентичные тексты разных жанров с полным и точным пониманием, используя различные приемы смысловой переработки текста (языковую догадку, анализ, выборочный перевод), оценивать полученную информацию, выражать свое мнение;</p> <p>читать текст с выборочным пониманием нужной или интересующей информации;</p>
--	--	--

		<p><b>(4) письменная речь</b></p> <p>заполнять анкеты и формуляры;</p> <p>Использовать навыки и умения письменной речи, необходимые при написании письменных работ с элементами рассуждения.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>навыками работы над учебными и специальными текстами</p> <p>навыками работы со словарями.</p> <p>навыками письменной речи (личное и деловое письмо, сочинение, биография).</p> <p>навыками понимания аудиотекстов (монологической и диалогической речи).</p>
--	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» представляет собой дисциплину базовой части блока дисциплин подготовки студентов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требо-

вания к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Средства массовой информации	Типы печатных изданий. Теоретические основы массовой коммуникации. Газеты. Заголовки. Анализ газетных статей. Интервью. Планирование и написание статьи.
2.	Радиовещание.	Особенности речи ведущего. Производство радиопередачи. Планирование радиопередачи и анализ программы.
3.	Журналы.	Составление обложки журнала. Планирование содержания выпуска. Фотосъемка. Разработка статьи для журнала.
4.	Телевидение.	Организация телесъемки. Съемка на местности. Редактирование отснятого материала. Написание отзыва/рецензии на фильм. Подготовка скрипта для документального фильма.
5.	Современные средства массовой информации.	Написание блога и создание влога. Создание подкаста.
6.	Реклама.	Организация рекламного бизнеса. Создание печатного рекламного продукта. Организация рекламной компании. Представление конечного продукта.
7.	Маркетинг.	Анализ рыночных трендов. Маркетинговые стратегии коммуникации. Организация перезапуска продукции. Ребрендинг.

#### 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

№ Темы	Наименование раздела	Вопросы для обсуждения
1	Средства массовой информации	Знакомство с типами печатных изданий. Повторение основных теорий в массовых коммуникациях. Виды газет. Лингвистические особенности заголовков. Анализ и определение лингвистических средств заголовков газетных статей англоязычной прессы (игра слов, культурная референция, эмфаза, аллитерация). Интервью. Особенности вопросов (закрытые и открытые вопросы) Планирование и написание статьи. Предвзятость в газетных статьях (BIAS).

2.	Радиовещание.	Особенности речи ведущего. Воздействие звука на человека. Языковые модели (phrases followed by Noun or Gerund). Фразовые глаголы (Производство радиопередачи. Планирование радиопередачи и анализ программы).
3.	Журналы.	Составление обложки журнала. Воздействие цвета и колористика. Лингвистические особенности заголовков статей журнала, их отличия от газетных заголовков (Rhyming and alliteration). Планирование содержания выпуска. Журнальные рубрики. Фото съемка (creative photos). Написание емейла о приглашении на работу и устройстве на работу. Составление Резюме. Разработка статьи для журнала.
4.	Телевидение.	Организация телесъемки. Съемка на местности. Редактирование отснятого материала. Оборудование для съемки. Модальные глаголы и их особенности. Предложение идей и высказывание предположений. Написание отзыва/рецензии на фильм. Подготовка скрипта для документального фильма. Средства когезии. Вопросы цензуры и ограничений. Плагиат.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

1.	Современные средства массовой информации.	Написание блога и создание влога. Создание подкаста. Уточнение и определение намерения. Многозначность и устойчивые словосочетания (Collocation).
2.	Реклама.	Организация рекламного бизнеса. Создание печатного рекламного продукта. Организация рекламной компании. Брейнсторминг. Представление конечного продукта. Убеждение и предложение идей. Слоганы и их лингвистические особенности.
3.	Маркетинг.	Анализ рыночных трендов. Маркетинговые стратегии коммуникации. Организация перезапуска продукции. Ребрендинг. Геобрендинг. Выделение ключевых положений научной статьи (topic sentence). Выражение поощрения. Со-

		здание презентации. Графические способы представления информации (диаграммы, графы, графики) и их описание.
--	--	---

#### Требования к самостоятельной работе студентов

1. Работа с материалом, предусматривающая проработку и заучивание лексики по темам «Массовые коммуникации». Выполнение домашнего задания, предусматривающее выполнение лексических и грамматических упражнений. Поиск и представление газетных заголовков с различными лингвистическими средствами. Составление вопросов для интервью. Опрос и анализ ответов. Написание отчета.
2. Выполнение заданий по чтению статей и их жанровому определению (fact-based or opinion based). Анализ лексики и стилистической принадлежности. Написание статей на одну тему, но разных типов (fact-based and opinion based).
3. Чтение текста и выполнение лексико-грамматических упражнений. Подготовка сообщения на предложенную тему (Определение звуковой волны. Ультразвук. Инфразвук. Воздействие разных музыкальных жанров на человека). Подготовка 15-ти минутного слота для радио подкаста с последующей презентацией на практическом занятии.
4. Подготовка сообщения на предложенную тему (Колористика. Теория Люшера. Воздействие цвета на человека (психологическое, эмоциональное). Подготовка журнала (обложка, рубрики, заголовков статей, выносимых на обложку издания (coverlines), написание истории, основанной на реальных событиях (real-life story).
5. Работа с материалом, предусматривающая проработку и заучивание лексики по теме «New Media». Выполнение домашнего задания, предусматривающее выполнение лексических и грамматических упражнений.
6. Работа с материалом, предусматривающая проработку и заучивание лексики по теме «Advertising». Выполнение домашнего задания, предусматривающее выполнение лексических и грамматических упражнений. Создание проекта по запуску кафе (подготовка бизнес-плана с учетом заданных параметров – определение целевой аудитории, места расположения, дизайна, специфических услуг, слогана) с последующим представлением на занятии.
7. Работа с материалом, предусматривающая проработку и заучивание лексики по теме «Branding». Выполнение домашнего задания, предусматривающее выполнение лексических и грамматических упражнений. Поиск аутентичной научной статьи по теме Geobranding, ее чтение, перевод, составление словника и глоссария. Подготовка проекта на одну из предложенных тем (Our University Rebranding, Our City/town/village/country rebranding) с последующей презентацией на занятии.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные заня-

тия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Средства массовой информации.	УК-4; ОПК-1	Опрос, обсуждение, презентация
Радиовещание.	УК-4; ОПК-1	Опрос, обсуждение, тест, презентация, доклад
Журналы.	УК-4; ОПК-1	Опрос, обсуждение, контрольная работа, презентация, доклад
Телевидение.	УК-4; ОПК-1	Тест, опрос, обсуждение
Современные средства массовой информации.	УК-4; ОПК-1	Контрольная работа, обсуждение, опрос
Реклама.	УК-4; ОПК-1	Обсуждение, опрос, доклад
Маркетинг.	УК-4; ОПК-1	Контрольная работа, опрос, обсуждение, презентация

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Тема 1.

### THEORY OF COMMUNICATION

Reading

Task I. Examine the following text carefully paying attention to key terms highlighted in the text and be ready to dwell upon different theories of communication (in your own words).

A message may move from the sender through the media to the receiver without necessarily **conveying ideas** and getting them accepted. Yet ideas do get accepted, and there are several theories about how this is done.

Two-Step Flow Theory

The **two-step flow theory** assumes that there is a definite group of "opinion leaders" who get information from the media, analyze and interpret it, and then pass it along to the public. The theory fails due to the fact that no permanent group of people serves as opinion leaders on all subjects.

Multistep Flow Theory

The multistep flow theory holds that there are opinion leaders on many different subjects and that they have varying degrees of influence.

Opinion Group Theory

The opinion group theory is fairly well accepted. It recognizes opinion leaders but does not assume that they are the sole influence on the formation of public opinion. The basic **emphasis** is on the function of discussion in crystallizing opinion. People of similar interests discuss mutual problems and arrive at common conclusions.

People try to conform to group opinion and to avoid disagreement with the majority. Anyone may belong to several groups — at work, at church, at leisure. Grouping may be by age, occupation, place of residence, and so on. Whenever there is a common interest, there is formal or informal grouping.

Diffusion Theory

The **diffusion theory** was developed in the 1930s. It holds that there are five steps in the process of acquiring new ideas:

- Awareness — the person discovers the idea

- Interest — the person tries to get more information
- Trial — the person tries the idea on others
- Evaluation — the person decides whether the idea is in his or her own self-interest
- Adoption — the person incorporates the idea into his or her opinion.

In this model, the public relations writer is most influential at the awareness and interest stages of the process. People, for example, often become aware of a product, service, or idea through traditional **mass outlets** such as newspapers, magazines, radio, and television. Indeed, the primary purpose of advertising in the mass media is to create awareness, the first step in moving people toward the purchase of a product or support of an idea.

At the interest stage, more direct media — **pamphlets, brochures**, direct mail, videotape presentations, even conferences and symposiums — play an important role. Once **awareness** has been created, people turn to more detailed information in these direct media channels.

#### Hierarchy-of-Needs Theory

The **hierarchy-of-needs theory** has been applied in a number of disciplines, including communication. It is based on the work of Abraham H. Maslow, who listed basic human needs on a scale from basic survival to more complex ones:

- **Physiological needs.** These are the constituents of self-preservation. They include air, water, food, clothing, shelter, rest, and health — the minimum necessities of life.
- **Safety needs.** These comprise protection against danger, loss of life or property, restriction of activity, and loss of freedom.
- **Social needs.** These include acceptance by others, belonging to groups, and enjoying both friendship and love.
- **Ego needs.** These include self-esteem, self-confidence, accomplishment, status, recognition, appreciation, and the respect of others.
- **Self-fulfillment needs.** These represent the need to grow to one's full stature — simply as a human being or in terms of some special talent, gift, or interest.

Effective messages carry components of these needs from the standpoint of helping people achieve them in some way. In sum we're talking about the self-interest of the audience. Indeed, if you can keep in mind the self-interest of your target audiences when formulating messages, you will be an effective communicator.

Most public relations activity is aimed at lower-level needs because people are generally more concerned about their families, jobs, and homes than they are about more abstract goals. Economics may get most of the attention, but don't forget that there are many people who do have non-economic interests.

#### Applying Theory to Practice

Understanding the concepts of opinion formation, the process of information diffusion, and the psychological needs of audiences has a great deal of practical application for the public relations writer.

The diffusion model, for example points out that mass and direct media are most important in the beginning stages of the process.

Although the writer's goal is ultimately to change attitudes and behavior, this is difficult to accomplish unless the audience (1) is highly interested in the message, (2) is predisposed to accept it, and (3) receives reinforcement of the message through their opinion leaders and **peer groups**.

Consequently, most writers are realistic enough to have the limited objectives of message exposure and accurate dissemination of the message, which coincide with the interest and awareness stages of the diffusion model.

Task 2. Agree or Disagree with the Following Statements. Mark them as True or False.

1. The two-step flow theory assumes that there is a definite group of "opinion leaders" who get information from the media, analyze and interpret it, and then pass it along to the public.

2. The basic emphasis of the opinion group theory is on the function of discussion in crystallizing opinion.

3. Primary purpose of public relations in the mass media is to create awareness, the first step in moving people toward the purchase of a product or support of an idea.

4. Most public relations activity is aimed at high-level needs because people are generally more concerned about their families, jobs, and homes than they are about more abstract goals.

5. Understanding the concepts of opinion formation, the process of information diffusion, and the psychological needs of audiences has a great deal of practical application for the public relations writer.

Task 3. Answer the Questions Given Below:

1. What is the essence of the two-step flow theory?
2. How much is the multistep flow theory different from two-step flow theory?
3. What is the basic emphasis of the opinion group theory?
4. What are five steps in the process of acquiring new ideas within the diffusion theory?
5. Why is most public relations activity aimed at lower-level needs as according to hierarchy-of-needs theory?
6. Is the opinion group theory well accepted?
7. Is an opinion leader always recognized as such?
8. How many steps in the process of acquiring new ideas does the diffusion theory hold?
9. At what stages is the public relations writer most influential according to this theory?
10. What media play an important role at the interest stage?
11. Has the hierarchy-of-needs theory been applied to other disciplines besides communication?
12. What should you keep in mind when formulating messages?

Vocabulary

Task 1. Check the pronunciation of the following words:

leisure, hierarchy, discipline, physiological, ego, stature, peer.

Task 2. Give the English equivalents:

прийти к заключению / благодаря ч.-л. / защита от опасности / уверенность в себе / постоянный / общие проблемы / избегать разногласий / поддержать идею / совпадать с ч.-л. / группы ровесников / теория приоритетных потребностей / сознание, понимание / проспект / брошюра / средства массовой информации / теория распространения / акцент, ударение / двухступенчатая непрерывная теория / выразить идеи

Task 3. Give the Russian equivalents:

to conform to smth / to be applied / on a scale / survival / to comprise smth / self-esteem / to be concerned about smth / to be predisposed / to turn to information

Task 4. Give synonyms:

fairly well / a goal / sole (adj.) / emphasis / similar / mutual / a step / a subject

Task 5. Give antonyms:

to fail / to accept an idea / permanent / majority / to be interested / to be concerned / to support an idea / limited

Task 6. Insert prepositions:

- 1) Anyone may belong ... several groups — ... work, ... church, ... leisure.
- 2) People often become aware ... a product, service, or idea ... traditional mass outlets.
- 3) The group is centered ... an opinion leader — a person who is listened ... the others.
- 4) Effective messages carry components ... these needs ... the standpoint ... helping people achieve them ... some way.

5) This leader is the one who gets information ... outside and comments ... it ... the group.

### Speaking

Task 1. Explain the following statements. Use colloquial expressions placed below.

I'd just like to say – я только хочу сказать, что ...

From my point of view – с моей точки зрения

My point of view is ... – моя точка зрения – следующая...

I have an opinion... – у меня есть мнение...

I no longer wonder at -- я не сомневаюсь, что..

What I'm trying to say is that... – я пытаюсь сказать, что

1. The primary purpose of advertising in the mass media is to create awareness, the first step in moving people towards the purchase of a product or support of an idea.

2. Ego needs. These include self-esteem, self-confidence, accomplishment, status, recognition, appreciation, and the respect of others.

3. Whenever there is a common interest, there is formal or informal grouping.

4. Consequently, most writers are realistic enough to have the limited objectives of message exposure and accurate dissemination of the message.

Task 2. Comment on the following statements: Do you agree with them? Prove your point of view.

- People are generally more concerned about their families, jobs, and homes than they are about more abstract goals.

- People try to conform to group opinion and to avoid disagreement with the majority.

Task 3. Develop the following statements:

1. Opinion leaders are important for the communication process. They pass on information to their followers and influence the acceptance or rejection of a message.

2. People adopt new ideas in a five-stage diffusion process - awareness, interest, trial, evaluation, and adoption.

3. Mass and directed media messages are most influential in the awareness and interest stages of the adoption process. Opinion leaders and peers are influential in the later stages.

4. According to Abraham Maslow, people have a hierarchy of needs - physiological, safety, social, ego, and self-fulfillment needs.

Communication. Pair Work.

Split into two groups. Discuss the Hierarchy-of-Needs Theory. Group 1 is to work out some criteria for criticizing this theory. Group 2 is to persuade the opposite group that the system is worthy existing.

Commentary: Pay special attention to the scale of needs.

Arguments FOR Arguments AGAINST

## Тема 5.

### New Media

#### Reading I.

**Task 1. Read the text. Mark the following statements as true or false.**

1. News releases can't be sent by e-mail because it lacks some necessary features.

2. Public relations agencies shouldn't publish information about their clients on their websites.

3. Brochureware is similar to printed information about a company, but it also offers some interactive features.

4. An electronic bulletin board is a method of communication where topics or questions are posted to a website and participants can respond.

### ***The Internet and Public Relations***

The internet gives public relations practitioners a many-faceted form of worldwide communication, primarily involving message exchange by e-mail, information delivery and persuasion by its World Wide Web, and research.

These are the primary Internet uses:

- E-mail distribution. This electronic mail includes messages to individuals, newsletters to staff members, transmission of news releases and “pitch” letters to media offices, and dispatch and receipt of copy between public relations firms and clients. Many e-mail systems now accept hyper-text e-mail that presents images in full color when the e-mail is opened.

- World Wide Web sites. These sites provide a way for organizations to tell Internet users what they do, publicize projects, and advocate policies. Edelman Public Relations Worldwide, for example, provides information about its clients. Ketchum Public Relations offers recipes from its food product clients.

- Brochureware. Although this term is used ironically by those who envision websites as a unique new channel, much of the content on websites is little more than an online version of the brochures and collateral materials that organizations provide to stakeholders. Now, however, interactivity and video clips distinguish brochureware from its print predecessor. Public relations professionals should capitalize on such characteristics.

- Usenet discussion groups. Individuals concerned with a certain issue discuss it by making comments and reading responses of their participants. Sometimes this exchange is called an electronic bulletin board. Usenet groups also are used for audience research, in which a participant requests opinions and facts.

Here are some specific examples of how the Internet is used in public relations practice:

- Firms not only pitch stories to journalists via e-mail, but also respond rapidly to stories.
- Organizations increasingly set up websites to serve informational needs of reporters, especially during a crisis or a breaking news situation.
- Companies have used webcasting to increase coverage of important news conferences by broadcasting video footage over the Web.
- At least 400 health care organizations and companies use their websites to distribute medical information.

### Vocabulary

#### ***2. Match the words (1-6) with the definitions (a-f).***

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. to publicize         | a. to create places on the Internet where you can find information about a particular organization   |
| 2. collateral materials | b. an interruption of scheduled programming in order to report the latest details of a current event |
| 3. to capitalize on     | c. to give information about something to the public   |
| 4. to pitch stories     | d. to use a situation or something good that you have, in order to get an advantage for yourself     |
| 5. to set up websites   | e. to introduce a source to a member of the media  |
| 6. breaking news        | f. additional information  |

### Reading II.

Task1 Read the text. Then complete the table that follows it:

#### ***Public Relations in the Face of Web 2.0***

Web 2.0 is a collection of emerging technologies that enable social networking by offering Web users the ability to add and edit Web content, and is essentially a platform for sharing information of all kinds. By tapping directly into the minds of the Web user, Web 2.0 technologies provide public relations counselors with unfiltered information that enables them to create stra-

tegic solutions that resonate with their publics. Web 2.0 can help reveal what target publics really care about, in close to real time. This can be invaluable in helping ensure that messages and tactics are aligned with the interests and concerns of their publics. Here is how Web 2.0 features can be incorporated into public relations activities.

- Blogs. A blog is a website where entries are written in chronological order and commonly displayed in reverse chronological order. Many blogs provide commentary or news on a particular subject. A typical blog combines text, images, and links to other blogs, web pages, and other media related to its topic. Blogs are extremely flexible PR tools with features and options that make them excellent power engines for the most different types of online communication efforts. A blog provides a direct voice from a company bridging its mission inside the organization with the customers out there. The blog shows that there is someone "real" talking and responding to the continuous market conversations being engaged by the existing and potential stakeholders.

- Podcasts. Podcasting is a method of publishing files to the Internet, and then allowing users to subscribe to a feed and receive these new files automatically by subscription, usually at no cost. Podcasts are primarily used for audio files that can be downloaded on any computer or any MP3 player. Podcasts are a great PR tool. They are cheap to produce. They allow companies to promote their products, technology, services and methodology directly to their customers as well as the media and the blogosphere. Many podcasters use the interview or roundtable format to discuss an issue of interest. A PR practitioner's client could host a podcast on a hot topic related to his/her business and invite experts such as a customer, an analyst or a journalist. A podcast could be part of a tradeshow PR campaign where the client introduces a new technology or wants to be part of the latest trade show buzz. A series of podcasts on one particular issue can also support a company's sales campaign and its issues management.

- RSS. RSS (Really Simple Syndication) is a form of web syndication used by websites and weblogs. RSS allows you to customize the news sources you need to get on a daily basis. Therefore, RSS makes the process of monitoring content updates much more efficient. PR professionals can help find, compile and remix relevant content to meet the specific informational needs of their clients. Using RSS a PR practitioner can feed the client all the pertinent information about competitive products on the markets and what customers say about them in user forums and other CGM (Consumer Generated Media) sites.

- Wikipedia. Wikipedia is the popular online encyclopedia completely generated, edited and updated by Web users. Not only is Wikipedia a great channel for getting an organization's message out, the technology that makes it work is available to incorporate into an organization's Web site. Using wikis, an organization may enlist its customers to help collaboratively produce how-to guides for their products – or might present new product concepts in order to gather immediate feedback. Internally, wikis might be used to develop more user-friendly employee handbooks by encouraging employees to tinker with the wording.

("Blogs as Instruments for Effective PR." Robin Good. 23 Aug. 2003. 30 Oct. 2007. <[http://www.masternewmedia.org/2003/08/28/blogs\\_as\\_instruments\\_for\\_effective\\_pr.htm](http://www.masternewmedia.org/2003/08/28/blogs_as_instruments_for_effective_pr.htm)>, "PR 2.0 Essentials." SHIFT Communications. 30 Oct. 2007. <<http://www.shiftcomm.com/downloads/pr2essentials.pdf>>, "The Web's Next Generation: Web 2.0" PRSA Tactics. 07 March 2006. 30 Oct. 2007. <http://www.schipul.com/en/art/?135>)

Web 2.0 features	The ways these features can be used in public relations
1. blogs	
2. podcasts	
3. RSS	
4. Wikipedia	

Task 2. Answer the questions:

1. What are the advantages of Web 2.0 that PR professionals should take into account?

2. Do you use any Web 2.0 features? If yes, how often and why?

### Vocabulary

Task 1. Match words from each column to make word combinations. Then check your answers in the text

- |            |                               |
|------------|-------------------------------|
| 1. Provide | a) a podcast on               |
| 2. Host    | b) commentary on              |
| 3. Meet    | c) immediate feedback         |
| 4. Gather  | d) specific information needs |

Task 2. Find the word or phrase in the text which means the same as:

1. are understood or receive a sympathetic response .....
2. to sign up for a service .....
3. an exhibition organized so that companies in a specific industry can showcase and demonstrate their new products and services. ....
4. excited interest or attention of the public .....
5. to change the ways of receiving news according to individual specifications .....
6. the act or style of expressing in words .....

Task 3. Complete the sentences with the words from the texts:

1. In almost all newspaper **n** \_\_\_\_\_, editors customarily meet daily with the chief editor to discuss which stories will be placed on the front page, section front pages, and other pages.
2. The government has used a well-established tool of public relations: the **p** \_\_\_\_\_ **n** \_\_\_\_\_ that major corporations have long distributed to TV stations to pitch everything from headache remedies to auto insurance.
3. Due to accessibility, a **t** \_\_\_\_\_ allows large groups of participants to feel included in meetings and decision making.
4. Word of mouth is the cheapest way to **t** \_\_\_\_\_ **i** \_\_\_\_\_, but this can be harmful if the information is misrepresented or misunderstood.
5. If you would like to be updated regularly about additions to this blog you can **s** \_\_\_\_\_ for free by either filling out the online form on the right of the page for email updates or by clicking on the orange icon for RSS feed updates.
6. The origin of the term **f** \_\_\_\_\_ is that 35mm film has traditionally been measured in feet and frames.
7. As a TV producer, Ms Lane sorted through hundreds of pitches and news releases every day to determine who would **r** \_\_\_\_\_ **a** \_\_\_\_\_.
8. To attract all potential customers to a business it is important to **s** \_\_\_\_\_ **u** \_\_\_\_\_ a **w** \_\_\_\_\_.
9. A **s** \_\_\_\_\_ **m** \_\_\_\_\_ **t** \_\_\_\_\_ is a means of having numerous television interviews around the country in the matter of just a few hours.
10. In contrast to advertising, public relations tells a story, often produces word-of-mouth **b** \_\_\_\_\_ and can be extremely cost-effective.

### *Speaking*

#### *Problem Solving*

Ashland Community Hospital is deeply involved in health education as part of its approach to preventive care. In the past, the hospital has distributed leaflets about various diseases and

conducted community seminars on such topics as how to stop smoking, the importance of physical fitness, and how to detect early signs of cancer.

The new technologies, however, now enable the hospital to expand its potential in health education.

*Write a proposal on how the hospital would use the Internet, the World Wide Web, e-mail, and other new technologies to disseminate health care information to the community.*

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

#### TEST 1

Task 1. Give Russian equivalents.

1. disseminate -
2. facilitate -
3. distinguish -
4. awareness –
5. scope –
6. publicity -
7. assignment -
8. seasoned -
9. implementation -
10. enhance -

Task 2. Match the words on the left with their meanings on the right.

- |                     |  |
|---------------------|--|
| 1. public relations | a. identify differences between (two or more things or people)   |
| 2. objective        | b. share or exchange information, news, or ideas   |
| 3. channel          | c. recognize or treat (someone or something) as different  |
| 4. awareness        | d. make (an action or process) easy or easier  |
| 5. respond          | e. state or describe exactly the nature, scope, or meaning of something  |
| 6. define           | f. say something in reply  |
| 7. facilitate       | g. having knowledge or perception of a situation or fact   |
| 8. communicate      | h. medium for communication or the passage of information  |
| 9. distinguish      | i. a thing aimed at or sought; a goal; a purpose   |
| 10. differentiate   | j. the professional maintenance of a favorable public image by a company or other organization or a famous person. |

Task 3. Choose the only one suitable variant.

1. The unique way we communicate is a fundamental part of the human experience, ... humankind from the rest of creation  
a) designating b) distinguishing c) disseminating
2. PR deals with products indirectly by means of creation of cognitive ... and a positive image of a company or service.  
a) assignment b) application c) awareness
3. Public relations builds relationships and generates goodwill, while ... is concerned with an organization's economic objectives, customers and selling products  
a) marketing b) advertising c) Public relations
4. Public relations helps an organization and its publics ... to each other.

- a) differentiate b) adapt mutually c) compile
- 5. Public relations helps an organization build effective relationships with its publics and makes a contribution to the company's ... .
  - a) bottom line b) think tank c) endorsement
- 6. What is prior in the entire process of Public Relations?
  - a) creation of cognitive understanding/awareness of the company/organization
  - b) creation of a positive image of the company/organization
  - c) creation of publicity
- 7. What is secondary in the entire process of Public Relations?
  - a) creation of cognitive understanding/awareness of the company/organization
  - b) creation of a positive image of the company/organization
  - c) creation of publicity
- 8. What audiences does Public Relations deal with?
  - a) customers and consumers
  - b) publics
  - c) clients

Task 4. Find out whether the following statements are true or false.

1. Journalism is wider than Public relations in the scope.
2. Whereas public relations personnel are objective observers serving their audience, journalists are advocates of their clients.
3. Public relations tool —product publicity—is more cost effective and often more credible than advertising because the message appears in a news context.
4. Public relations is different from marketing in several ways, although their boundaries overlap.
5. Marketing is concerned with building relationships and generating goodwill for the organization; public relations is concerned with customers and selling products and services.

## TEST 2

Task 1. Give Russian equivalents.

1. adapt
2. publicity
3. corporate
4. bottom line
5. employee
6. assignment
7. shareholder
8. enlist
9. seasoned
10. implementation

Task 2. Give English equivalents.

1. распределение
2. инструмент
3. макет одобрение, признание
4. осуществление, реализация
5. внешние источники
6. опытный специалист
7. увеличивать, усиливать, улучшать
8. исследовательский, научный центр

9. предельный срок
10. программа, план работы;

Task 3. Match the words on the left with their meanings on the right.

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1. special events           | A. Combination of activities designed to sell a product, service or idea, including advertising, collateral materials, publicity, promotion, packaging, point-of-sale display, trade shows and special events. |
| 2. multicultural affairs    | B. Stimulating an interest in a person, product or organization by means of a focused "happening;" also, activities designed to enable an organization to listen to and interact with its publics.             |
| 3. marketing communications | C. Providing advice to the management of an organization concerning policies, relationships and communications; in effect, "what to do."   |
| 4. counselling              | D. Relating with individuals and groups in minorities  |
| 5. media relations          | E. Relating with trade associations and other firms in an organization's industry.   |
| 6. industry relations       | F. Relating with communications media in seeking publicity or responding to their interest in an organization.   |
| 7. community relations      | G. Relating directly with legislatures and regulatory agencies on behalf of an organization, usually as a central element of a public affairs program; often called "lobbying."                                |
| 8. government affairs       | H. Continuing, planned and active participation with and within a community to maintain and enhance its environment to the benefit of both an organization and the community                                   |

Task 4. Choose one suitable word to fill in the sentence.

1. Public relations, at its best, not only tells an organization's "story" to its ..., but also helps shape the organization and the way it performs.
  - a) specialists b) employees c) publics
2. A responsible and effective ... program is based on the understanding and support of its publics.
  - a) public relations b) government c) marketing
3. Various publications, special reports, videos, and multimedia programs are important ways of ... .
  - a) marketing b) communicating c) Public relations
4. Public relations offices are busy places; work ... are irregular and frequently interrupted.
  - a) hours b) days c) schedules
5. The average ... salary in public relations for a person with a baccalaureate degree is approximately \$18,000 - \$22,000.
  - a) bottom line b) entry-level c) deadline

Task 5. Find out whether the following statements are true or false.

1. Since the public relations professional is often trying to reach large groups of people, an important tool is the spoken word.
2. Special events require knowledge of how newspapers and other media operate, the areas of specialization publications, and the interest of individual editors.
3. The junior employee generally works very hard and performs various activities.
4. Entry-level public relations practitioners tend to be extremely well paid.
5. Public relations professionals always meet deadlines.

Task 6. Translate into Russian.

1. The public relations function takes many forms in different organizations, including public information, investor relations, public affairs, corporate communications, employee relations, marketing or product publicity, and consumer service or customer relations.
2. Since the public relations professional is often trying to reach large groups of people, an important tool is the printed word.
3. Various publications, special reports, videos, and multimedia programs are important ways of communicating.
4. Public relations work often requires skill in face-to-face communication – finding appropriate platforms, the preparation of speeches for others and the delivery of speeches.
5. Public relations programs operate against deadlines.
6. Under such high-pressure conditions, nine-to-five schedules go out the window.
7. Public relations executives are not tied to their desks for long periods.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетво-	Репродуктив-	Изложение в пределах	удовлетво-		55-70

рительный (достаточный)	ная деятель-ность	задач курса теоретически и практически контролируемого материала	рительно		
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не за-чтено	Менее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Ceramella N, Lee E. Cambridge English for the Media. Cambridge University Press, 2018. 112p. с (библиотека БФУ им. И. Канта, УК5, ауд.333)
2. Latham-Koenig, Christina. English File : Upper-intermediate Student's Book with DVD-ROM / Christina Latham-Koenig, Clive Oxenden. - 3rd ed. - Oxford: Oxford University Press, 2015. - 167 S.: il. + 1 эл. опт. диск (DVD-ROM). - ISBN 978-0-19-455874-7: 2113.00 p. - Текст: непосредственный.
3. Chris Redston & Gillie Cunningham Face to Face Upper-Intermediate Student's Book, Cambridge, Second Edition, 176 с, 2016 (библиотека БФУ им. И. Канта, УК5, ауд.333)

### Дополнительная литература

1. Дроздова Т. Ю. English Grammar. Reference & practice. With a Separate Key Volume: учеб. пособие для учащихся кл. с углубленным изучением англ. яз. и студентов неяз. вузов/ Т. Ю. Дроздова, А. И. Берестова, В. Г. Маилова. - 11-е изд., испр. . - СПб.: Антология, 2012. - 462, [2] с. (УБ, ч.з. N4 библиотека БФУ им И. Канта)
2. MacAndrew R., Martinez R. Taboos and Issues. Tomson. 86 p. (личный фонд преподавателя)
3. McCarthy M., O'Dell F. English Idioms in Use. Cambridge Univ.Press, 2006 (личный фонд преподавателя)

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»**  
**Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Культурное и природное наследие региона в продвижении территории»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Полякова Ирина Алексеевна, кандидат философских наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины: «Культурное и природное наследие региона в продвижении территории».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Культурное и природное наследие региона в продвижении территории»

Цель и задачи освоения дисциплины.

*Цель курса* – сформировать у обучающихся представление о специфике природного и культурного наследия Калининградской области, о его образовательном и туристско-рекреационном потенциале.

*Задачи:*

- освоение методологии выявления, изучения и интерпретации природного и культурного наследия;
- изучение международных и отечественных нормативных документов по проблемам сохранения культурного и природного наследия в их применении к территории Калининградской области;
- понимание значения региональных ресурсов в развитии общероссийской культуры;
- использование историко-культурных ресурсов региона в формировании геобренда.
- формирование представления о культурном наследии территории Калининградской области как уникальном историко-культурном феномене.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует аксиологические системы; обосновывает актуальность их учета в социальном и профессиональном взаимодействии. УК-5.2 Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом культурных особенностей представителей разных этносов, конфессий и социальных групп.	<b>Знать:</b> закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур, в том числе специфические особенности историко-культурного наследия Калининградского региона. <b>Уметь:</b> выявлять и анализировать проблемы сохранения и использования природного и культурного наследия региона с учетом их социально-исторического и культурно-исторического контекста, использовать методы и категории философии культуры; демонстрировать уважение к культурным традициям и ценностям различных социальных групп, выстраивать межкультурную коммуникацию; изучать культурное наследие региона как феномен, отражающий историческую память разных эпох; определять место культурного и природного наследия региона в современной экономической и социокультурной ситуации в

		<p>России и в мире в целом; использовать знания об особенностях историко-культурного наследия Калининградского региона при создании геобренда, учитывая при этом социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p> <p><b>Владеть:</b> основными подходами к изучению культурного и природного наследия; навыками использования и презентации символического капитала региона в профессиональной деятельности; навыками использования информации об объектах культурного и природного наследия в социальной, культурно-просветительской и туристско-рекреационной работе.</p>
<p>ПК-2 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, включая разработку программ сохранения и освоения культурного и природного наследия</p>	<p>ПК-2.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие.</p> <p>ПК-2.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПК-2.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.</p>	<p><b>Знать:</b> основные проблемы и методы современной прикладной культурологии; исторические и культурные тексты, отражающие специфику осмысления уникальности природного и культурного наследия территории Калининградской области; базовые теоретические положения, проблемы и методы современной музеологии; принципы музейфикации природных и культурных объектов; общие закономерности формирования экскурсионных программ; специфику музейной коммуникации и музейной деятельности на территории Калининградской области в прошлом и настоящем. международные и отечественные нормативные документы по проблемам сохранения культурного и природного наследия; основные этапы становления и развития отечественного и зарубежного законодательства об охране объектов культурного и природного наследия; этапы развития государственной системы охраны объектов культурного и природного наследия; научные категории «памятник», «наследие», «природный ландшафт», «культурный ландшафт», рассматриваемые в исторической динамике; критерии ценностной характеристики и особенности экспертизы объектов культурного и при-</p>

		<p>родного наследия; направления изучения объектов культурного наследия в контексте развития современного социогуманитарного знания.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять результаты интерпретации исторических и культурологических текстов в профессиональной деятельности по изучению, популяризации и сохранению объектов природного и культурного ландшафта региона;</li> <li>- адаптировать и интерпретировать современные музейные проекты мирового значения к природному и культурному наследию Калининградской области;</li> <li>- анализировать туристско-рекреационные потребности и перспективы региона;</li> </ul> <p>применять результаты анализа нормативных документов по проблемам сохранения культурного и природного наследия в разрабатываемых проектах и программах, а также в создаваемых медиапродуктах.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- категориальным аппаратом и методами современной теоретической и прикладной культурологии, навыками проектной работы в музейной деятельности и области сохранения памятников природного и культурного наследия.</li> <li>- навыками и стратегиями исследования и сохранения природного и культурного (материального и нематериального) наследия.</li> </ul>
--	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Культурное и природное наследие региона в продвижении территории» включена в обязательную часть (блок) основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» по направлению «Геобрендинг и урбанистика».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю,

выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Наследиеведение как новое научное направление.	<p>Понятие наследия. Основные атрибуты, признаки и категории наследия; исторические особенности феномена наследия. Управление наследием. Природное, культурное, природно-культурное, нематериальное культурное наследие, их взаимосвязь и отличительные черты. Наследие как базовая ценность современной цивилизации.</p> <p>Феномен наследия в науке и культуре; отражение проблематики наследия в трудах отечественных и зарубежных мыслителей. Наука о наследии и ее взаимосвязь с социальной экологией, культурологией, географией. Концепция наследия Д.С.Лихачева.</p> <p>Субъект наследия; этнос и сообщества как субъекты наследия. Наследие региона. Риск утраты наследия, его факторы, формы и закономерности проявления. Состояние наследия как индикатор устойчивости развития общества. Современные проблемы изучения наследия. Наследие и проблема культурной памяти. Мнемософия Т. Шолы.</p> <p>ЮНЕСКО и конвенция «О сохранении культурного и природного наследия».</p>
2.	Природное наследие Калининградской области.	<p>Антропоцентрический и экосистемный подходы в оценке природного наследия. Исторические аспекты управления природным наследием.</p> <p>Особо охраняемые природные территории Калининградской области. Памятники природы.</p> <p>Морское побережье Калининградской области как специфический антропогенный ландшафт, выступавший в своей истории природной основой для разных культурных ландшафтов. Редкие геологические объекты.</p> <p>Куршская коса – объект Всемирного наследия ЮНЕСКО.</p> <p>Управление природным наследием на региональном уровне.</p>
3.	Историко-культурный контекст природного ландшафта Калининград-	<p>Взаимосвязь и взаимовлияние природного и культурного наследия на примере объектов наследия Калининградской области. Уникальность территории в единстве</p>

	ской области.	ее специфических особенностей. Культурное прошлое природных объектов. Традиции природопользования в Восточной Пруссии.
4.	Культурное наследие региона.	Теоретико-методологическая основа исследования региональной культуры. Памятники культуры и памятные места; типология культурного наследия. Археологические памятники. Управление культурным наследием на региональном уровне. Проблемы охраны культурного наследия и перспективы их решения. Культурное наследие региона как фактор его устойчивого развития.
5.	Культурный ландшафт как объект наследия.	Международные документы ЮНЕСКО о культурном ландшафте как самостоятельном объекте наследия. Разнообразии форм культурного ландшафта как объекта наследия. Организация особо охраняемых историко-культурных территорий. Применение концепции культурного ландшафта для охраны природного и культурного наследия.
6.	Символический капитал территории Калининградской области.	Новые смыслы природных и исторических мест территории Калининградской области. Понятие «символического пространства» «символического ресурса». Образ территории. Инструменты продвижения природного и культурного наследия.
7.	Культурная история янтаря и образ территории.	Янтарь как региональный природный ресурс, доминанта природного и культурного ландшафта и символ территории в прошлом и настоящем. История добычи и художественной обработки янтаря в региональной мифологии и идеологии. «Янтарный путь» в Древности, Средние века и Новое время. Месторождения янтаря на исторических картах Пруссии. Формирование концепций «Страны Янтаря» ( <i>Bernsteinland</i> ) и «прусского Парадиза» в немецкой историографии и литературе. Янтарь в новейших технологиях продвижения территории.
8.	Музей в социокультурном пространстве региона.	История музеефикации объектов природного и культурного наследия в Калининградской области (Восточная Пруссия, советский и современный период). Основные методы сохранения, музеефикации и использования недвижимых памятников. Роль музеев в культурной жизни региона. Музейные проекты и события регионального и федерального значения. Музейный квартал как новая форма организации городского пространства.
9.	Архитектурные доминанты культурного пространства Калининградской области.	Общая характеристика архитектурных памятников Калининградской области. Отношение к восточно-прусскому архитектурному наследию: проблемы сохранения, реставрации и интерпретации в советский период и в настоящее время. Замки и оборонные сооружения Восточной Пруссии. Кирхи. Усадьбы и виллы.
10.	Вопросы охраны культурного и природного наследия региона.	Современная государственная политика в отношении к историко-культурному наследию. Новые юридические нормы и законодательные акты. Аспекты правового регулиро-

		<p>вания объектов наследия в ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (2002 г.).</p> <p>«Охрана культурного наследия». Критерии определения ценности объектов наследия, статуса и значения памятника и уровня государственной охраны. Общественная система охраны наследия.</p> <p>Законодательство Калининградской области по охране наследия. Региональные субъекты деятельности по охране памятников.</p>
11.	Природное и культурное наследие региона в туризме.	<p>Проблема интеграции ландшафтных объектов Калининградской области в сферу культурно-образовательного туризма и музейную деятельность.</p> <p>Перспективы культурно-образовательного туризма.</p> <p>Историко-культурный и природный потенциал региона в система международного туризма. Характеристика и анализ важнейших объектов туристического показа.</p>

### **6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:**

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

- Тема 1. Наследиеведение как новое научное направление.
- Тема 2. Природное наследие Калининградской области.
- Тема 3. Историко-культурный контекст природного ландшафта Калининградской области.
- Тема 4. Культурное наследие региона.
- Тема 5. Культурный ландшафт как объект наследия.
- Тема 6. Символический капитал территории Калининградской области.
- Тема 7. Культурная история янтаря и образ территории.
- Тема 8. Музей в социокультурном пространстве региона.
- Тема 9. Архитектурные доминанты культурного пространства Калининградской области.

#### **Рекомендуемая тематика *практических* занятий**

- Тема 1. Наследиеведение как новое научное направление.
- Тема 2. Природное наследие Калининградской области.
- Тема 3. Историко-культурный контекст природного ландшафта Калининградской области.
- Тема 4. Культурное наследие региона.
- Тема 5. Культурный ландшафт как объект наследия.
- Тема 6. Символический капитал территории Калининградской области.
- Тема 7. Культурная история янтаря и образ территории.
- Тема 8. Музей в социокультурном пространстве региона.
- Тема 9. Архитектурные доминанты культурного пространства Калининградской области.
- Тема 10. Вопросы охраны культурного и природного наследия региона.
- Тема 11. Природное и культурное наследие региона в туризме.

#### **Рекомендуемый перечень тем лабораторных работ (при наличии)**

Не предусмотрены.

## **Требования к самостоятельной работе студентов**

*Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по всем темам курса.*

*Работа с текстами первоисточников, предусматривающая составление конспекта и собственных комментариев в соответствии с заданием преподавателя.*

*Выполнение домашнего задания, предусматривающего подготовку доклада, представляемого на практических занятиях: темы предлагаются преподавателем с учетом пожеланий студента и в соответствии с вопросами практического занятия.*

*Подготовка презентации с защитой на практическом занятии.*

*Разработка групповых проектов с презентацией на практическом занятии.*

*Работа с базами документов по природному и культурному наследию с целью выявления определенных объектов, анализа и применения в решении профессиональных задач, в создании тематических медиа- и коммуникационных продуктов.*

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

### **Лекционные занятия.**

Лекции проводятся в диалоговом режиме. В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование материала, задавать преподавателю уточняющие вопросы. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки, выписки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Разработка презентаций (представление и обсуждение подготовленных обучающимися наглядных информационных материалов по теме).

### **Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к аудиторным занятиям по изучаемой дисциплине и контролю знаний. Осуществляется в форме проработки конспекта лекций, изучения литературы (первоисточников и учебно-методического материала); составления обзора источников по конкретным темам; поиска недостающей информации при подготовке доклада или презентации.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Наследиеведение как новое научное направление.	УК-5	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Природное наследие Калининградской области.	УК-5	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Историко-культурный контекст природного ландшафта Калининградской области.	УК-5	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Культурное наследие региона.	УК-5	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Культурный ландшафт как объект наследия.	УК-5	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Символический капитал территории Калининградской области.	УК-5; ПК-2	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Культурная история янтаря и образ территории.	УК-5; ПК-2	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
		малых групп.
Музей в социокультурном пространстве региона.	УК-5; ПК-2	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Архитектурные доминанты культурного пространства Калининградской области.	УК-5; ПК-2	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Этнокультурный брендинг как основа культурной политики.	УК-5; ПК-2	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Вопросы охраны культурного и природного наследия региона.	УК-5; ПК-2	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.
Природное и культурное наследие региона в туризме.	УК-5; ПК-2	Устный и письменный опрос; проверка конспекта; доклад и (или) презентация; активность участия в дискуссии; реализация отведенной роли в решении коллективной задачи при работе методом малых групп.

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

1. Раскройте содержание понятий и проиллюстрируйте их материалом из области природного и культурного наследия Калининградского региона: «природное наследие», «культурное наследие», «материальное культурное наследие», «нематериальное культурное наследие», «культурный ландшафт», «охранная зона», «земли историко-культурного назначения», «зона охраны объектов культурного наследия», «зона регулирования застройки и хозяйственной деятельности», «зона охраняемого ландшафта».

2. Как соотносятся понятия «природные ресурсы» и «природное наследие», «культурный ландшафт» и «культурное наследие»?
3. Как связаны идентичность и культурный ландшафт территории? Приведите примеры объектов культурного наследия Калининградской области, демонстрирующие специфические черты идентичности жителей территории.
4. Проанализируйте калининградский проект музейного квартала в сравнении его с аналогичными проектами в России и за рубежом.

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Понятие культурного и природного наследия.
2. Концепция Всемирного наследия ЮНЕСКО: цели, основные понятия, направления деятельности.
3. Особенности механизма трансформации природных ценностей в наследие.
4. Культурный ландшафт как объект наследия.
5. Характеристика федерального и регионального (Калининградская область) законодательства в области охраны наследия.
6. Информационные источники изучения наследия региона. Основные региональные документы по проблемам сохранения культурного и природного наследия.
7. Культурное наследие региона как фактор его устойчивого развития.
8. Характеристика форм и видов нематериального культурного наследия Калининградской области.
9. Янтарь в культурной истории региона.
10. Инструменты продвижения природного и культурного наследия региона.
11. Проблемы охраны природного и культурного наследия региона и перспективы их решения.
12. Роль общественных организаций региона в охране объектов природного и культурного наследия.
13. Перспективы развития туристской инфраструктуры Калининградской области.
14. Интерпретация природного и культурного наследия региона как основа культурно-познавательного и образовательного туризма.
15. Объекты природного и культурного наследия Калининградской области и их использование в туризме.
16. Экскурсионная коммуникация в музейном и городском пространстве Калининграда и области.
17. Наследие региона в контексте экологической культуры.

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать пробле-	отлично	зачтено	86-100

		му/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Литература:

1. *Андрейчук, Н. В. Гаврилина, Л. М.* Феномен калининградской региональной субкультуры (социально-философский и культурологический анализ). Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2011. 138 [1] с.
2. *Арт-гид.* Кёнигсберг/Калининград сегодня. Калининград: Транзит, 2005. 342 с.
3. *Бахтин, А.П.* Замки Восточной Пруссии : старые и современные фотографии, исторические справки : справочник для жителей и гостей Калининградской области. Калининград : Горизонт, 2009. 74 с.
4. *Бахтин, А.П.* Замки и укрепления Немецкого ордена в северной части Восточной Пруссии : справочник / под ред. В. Ю. Курпакова. Калининград : Terra Балтика, 2005. 207 с.
5. *Бахтин, А.П.* Кирхи Восточной Пруссии : старые и современные фотографии, исторические справки : справочник для жителей и гостей Калининградской области. Калининград : Горизонт, 2009.
6. *Бахтин, А.П.* Ситуация с памятниками культурного наследия в Калининградской области // Слово. ру: балтийский акцент. Калининград, 2014. № 1. С. 91–106.
7. *Белинцева, И.В.* Памятники архитектуры как объекты туризма : теоретические и практические аспекты (на материале Калининграда и области) // Междунар. науч.-

- практ. конф. «Гильзитский мир – прообраз Европейского Дома» : сб. докл. и тез. сообщ. Калининград, 2007. С. 65–73.
8. *Белинцева, И.В.* Архитектура храмов Калининградской области XIV - первой половины XX в.: проблемы сохранности, реставрации и приспособления // Реставрация и исследования памятников культуры. М. ; СПб., 2014. Вып. 7. С. 198–211.
  9. *Бирковский, В.Г.* Рассказы о нашем крае / В.Г. Бирковский, Ю.Н. Иванов, М.Г. Родионова. Калининград : Кн. изд-во, 1977. 59 с.
  10. *Веденин, Ю.А.* Культурный ландшафт как объект наследия / Ю.А. Веденин. М. : Ин-т наследия; СПб. : Дмитрий Буланин, 2004. 620 с.
  11. *Восточная Пруссия* глазами советских переселенцев : первые годы Калинингр. обл. в воспоминаниях и документах / авт. введ. Ю.В. Костяшов; сост. С.П. Гальцова и др. СПб. : Бельведер, 2002. 271 с.
  12. *Восточная Пруссия*. С древнейших времен до конца второй мировой войны : истор. очерки. Документы. Материалы / авт. коллектив под рук. В.С. Исупова, Г.В. Кретинина. Калининград : Кн. изд-во, 1996. 538 с.
  13. *Всемирное культурное и природное наследие: Документы, комментарии, списки объектов*. М. : Институт Наследия, 1999.
  14. *Всемирный доклад по культуре-2000 : Культурное многообразие : конфликт и плюрализм* / ЮНЕСКО. М. : Магистр-Пресс, [2002]. 613 с.
  15. *Гаузе, Ф.* Кенигсберг в Пруссии. История одного европейского города / Ф. Гаузе. – Реклингхаузен, 1996. 316 с.
  16. *Гёбель, П.* Природное наследие человечества: Ландшафты и сокровища природы под охраной ЮНЕСКО / пер. с нем. М. : БММ АО, 1999.
  17. *Глински, Г. фон, Вёрстер, П.* Кенигсберг-Калининград : прошлое и современность. Берлин-Бонн : Весткройц – Ферлаг, 1996. 179 с. : ил.
  18. *Денисов, В.В.* Калининград – судьба моя : лит.-публ. сб. / В.В. Денисов. – Калининград : Кн. изд-во, 2001. 462 с.
  19. *Замятин, Д.Н.* Гуманитарная география : пространство и язык географических образов / Д.Н. Замятин. – СПб. : Алетейя, 2003. 331 с.
  20. *Калининградской области – 60 : этапы истории, проблемы развития : сб. ст. / отв. ред. В.Н. Маслов; М-во культуры Калинингр. обл.* Калининград : Янтар. летопись, 2006. 256 с.
  21. *Каталог объектов культурного наследия Калининградской области* / Науч.-произв. центр по охране, учету и реставрации памятников истории и культуры Калинингр. обл ; ред.-сост. А.М. Тарунов ; фот. А.А. Бедарев, Е.А. Калашников, А.В. Ключев [и др.]. М. : Научно-информационный издательский центр, 2005. Т. 1–2.
  22. *Колганова, Э.М., Колганов, И.П., Иванов, Ю.Н.* Путешествуйте по Калининградской области. Калининград : Кн. изд-во, 1961. 222 с.
  23. *Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия* URL : [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/heritage.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml)
  24. *Костяшов, Ю.В.* Очерки истории Восточной Пруссии / Ю.В. Костяшов, Г.В. Кретинин. Калининград : Янтар. сказ, 2001. 272 с.
  25. *Кретинин, Г.В.* Кенигсберг-Калининград : проблемы формирования исторической памяти // Восточная Пруссия. История. Культура. Искусство. – Калининград : Изд-во КГУ, 2003. – 72 с.
  26. *Максаковский, В.П.* Всемирное культурное наследие. М. : Издательский сервис, 2000.
  27. *Максаковский, Н.В.* Всемирное природное наследие. М.: Просвещение, 2005.

28. *Музеи Калининградской области: справочник / отв. ред. В.Л. Стрюк. – Калининград : Terra Балтика, 2005. 180 с.*
29. *Овсянов, А.П. В руинах старого замка . Калининград : Янтар. сказ, 1998. 397 с.*
30. *Туровский, Р.Ф. Культурные ландшафты России. М. : Рос. НИИ природ. и культ. наследия, 1998. 210 с.*
31. *Туровский, Р.Ф. Соотношение культурных ландшафтов и региональной идентичности в современной России. URL : <http://www.regional-science.ru/authors/turovsky>.*

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Литературное и художественное краеведение»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

2024

## Лист согласования

**Составитель:** Сыроватко Лада Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент,

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Литературное и художественное краеведение».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Литературное и художественное краеведение».

**Цель дисциплины:** сформировать у магистрантов общее представление о культуре региона в историческом контексте, сформировать ценностное отношение к изучению региональной культуры как важнейшей составляющей интеллектуального и духовного развития личности.

### Задачи:

- познакомить с основными авторами и отдельными текстами региональной словесности и произведениями художественной культуры;
- дать общие сведения об источниках ознакомления с литературой и художественной культурой региона, основных институциях, связанных с ее презентацией и изучением в Калининградской области;
- развивать навыки профессионального чтения;
- развивать навыки комплексного анализа художественного текста и произведения изобразительного искусства;
- развивать навыки интеграции получаемых знаний в общую картину развития отечественной и европейской литературы и художественной культуры;
- сформировать у магистрантов готовность использовать достижения региональной художественной культуры и литературы в собственной авторской деятельности.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы. ОПК-3.2 Осуществляет авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.	<b>Знать:</b> основные этапы и процессы развития региональной культуры, их взаимосвязь с отечественной литературой и художественной культурой в различные исторические периоды; <b>Уметь:</b> применять на практике полученные знания при решении профессиональных задач в устной и письменной коммуникации <b>Владеть:</b> навыками исследования и применения опыта региональной культуры и применять их в собственной профессиональной и творческой деятельности.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Литературное и художественное краеведение» представляет собой дисциплину обязательной части основной образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль: «Геобрендинг и урбанистика».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: практические и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
<i>Раздел 1. ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ И ИНСТИТУЦИИ, ПРЕЗЕНТУЮЩИЕ И ИЗУЧАЮЩИЕ РЕГИОНАЛЬНУЮ ХУДОЖЕСТВЕННУЮ КУЛЬТУРУ И ЛИТЕРАТУРУ</i>		
1.	Тема 1: Ознакомление с коллекциями и политикой формирования фондов художественных музеев (государственных, частных). Тема 2. Культура региона довоенного периода, представленная в музеях региона. Тема 3. Художественная куль-	Понятие <i>коллекции</i> , тематической – мемориальной - видовой коллекции. Основы музееведения применительно к региональной культуре. Знакомство с ресурсом Госкаталог РФ. Практикум: выделение круга значимых региональных мастеров художественной культуры довоенного периода, представленных в региональных музеях; сбор

	тура региона послевоенного периода, представленная в музеях региона.	материала о тех же мастерах в общемировом контексте. Краткое выступление на основе собранного материала об одном из значимых авторов региональной культуры довоенного периода. Выделение круга значимых региональных мастеров художественной культуры послевоенного периода, представленных в региональных музеях; сбор материала о тех же мастерах в контексте отечественной культуры. Эпоха Просвещения; романтизм; модерн, югендстиль, экспрессионизм, социалистический реализм, «суровый стиль», постмодерн, неоконструктивизм.
2.	Тема 4. Региональная культура: средневековье. Рыцарская культура. Тема 5. Готика и неоготика в архитектуре. Тема 6. Рецепция средневековья в современной литературе и художественной культуре региона.	Готика и неоготика в региональной архитектуре. Орденские замки, кирхи XII – XIV вв. на карте области. Тема рыцарства, руины в современной литературе и изобразительном искусстве региона. Деятельность фонда «Дом-замок» (Черняховск). Миннезанг и миннезингеры.
3.	Тема 7. Региональная культура эпохи Ренессанса Тема 8. Отголоски Ренессанса в современном изобразительном искусстве, литературе и традициях перевода региона.	Латинская «ученая» поэзия Кенигсберга в связи с российской культурой (письма Ломоносова). Тема янтаря в ренессансной поэзии. Ренессанская научная «антиквизирующая» поэзия в переводах региональных авторов 1990-х – 2020-х. Жанр сонета в литературе региона современности.
4.	Тема 9. Эпоха барокко: Симон Дах и его окружение. Тема 10. Литературное объединение «Ревнителю бренности» (тв-во С. Михайлова, А. Тозика, Л. Викторовой и др.)	Кружок Симона Даха. Монография Гильманова. Переводы С. Симкина и современных переводчиков региона. Литературное объединение «Ревнителю бренности» как продолжение барочных тем в современной культуре региона: рецепция Даха в соединении с традициями Державина, Баратынского, Тютчева в их творчестве. Понятие традиции, аллюзии, реминисценции. «Кенигсбергский текст» Иосифа Бродского, «Запустение» Баратынского и барочная традиция «сонета на бренность».
5.	Тема 11. Эпоха Просвещения и романтизм. Кант и русские путешественники. Елизаветинское время в культуре региона Карамзин; Болотов	Эпоха Просвещения и романтизм в садово-парковой архитектуре и архитектуре общественных и жилых зданий региона. Иммануил Кант и русские путе-

	<p>Тема 12. Гофман и региональный романтизм в искусстве первой половины XIX в. и романтические тенденции наших дней.</p>	<p>шественники. Кант, Болотов, Карамзин: анализ текстов. Кант и Карамзин в региональном искусстве последнего тридцатилетия (анализ музейных собраний и культурных проектов). Кант в региональной литературе (жанр миниатюры).</p> <p>Гофман и его литературное окружение. Музыкальная культура региона эпохи Просвещения и романтизма и ее отражение в литературе.</p> <p>Макс Шенкендорф и его кружок в переводах и комментариях региональных литераторов.</p> <p>Шенкендорф и Людвикас Реза в поэзии Жуковского и региональной школе перевода.</p> <p>Система жанров романтизма и ее представление в региональной культуре от соответствующей эпохи до наших дней.</p> <p>Гофмановская и кантианская традиция в творчестве Б. Бартфельда.</p>
5.	<p>Тема 13. Модерн и постмодерн в культуре региона.</p>	<p>Графика как вид искусства. Графика эпохи модерна в культуре региона. Архитектура эпохи модерна: районы Амалиенау, Марауненхоф. Генрих Вольфф и его графическая школа: галерея выдающихся жителей города в творчестве Вольффа.</p> <p>Ведущие скульпторы эпохи модерна: Брахерт, Кауэр.</p> <p>От импрессионизма к эмпрессионизму: Коринт – Дегнер – Прейс.</p> <p>Постмодернистская проза региона: миф и символ в прозе Ю. Буйды и романах О. Глушкина.</p>
6.	<p>Тема 14. Великая Отечественная война в региональной литературе и искусстве.</p> <p>Тема 15. От литературы свидетельства в научной фантастике (Сергей Снегов).</p> <p>Тема 16. Лирическая проза Юрия Куранова.</p> <p>Тема 17. Современный литературный процесс региона: курановские и гофмановские фестивали; литературные объединения; библиотеки как центры литературных событий. Молодые авторы. Литературные премии.</p>	<p>Военная проза Маргариты Родионова.</p> <p>Графика художников-фронтовиков. А.Т. Твардовский и О. Верейский в сотрудничестве («Василий Теркин»: региональный аспект).</p> <p>Творчество Сергея Снегова. Жанры антиутопии, космической одиссеи, притчи в литературе и изобразительном искусстве.</p> <p>Жанр лирической миниатюры. Жанр пейзажа в искусстве региона.</p> <p>Понятия «литературного процесса», «литературного мейстрима». Деятельность творческих союзов и объединений. Анализ коллективных сборников</p>

		и региональных журналов и альманахов («Эхо», «Балтика» и др.) – практикум.
--	--	--

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

*Темы 1 – 3.* Знакомство с ресурсом Госкаталог. Создание презентации на его основе по отдельным жанрам и авторам. Создание аннотированного списка авторов и работ на основе Госкаталога. Характеристика фондов музейных институция по предложенным критериям.

Изучение предложенных источников и создание «словарика музейных терминов применительно к региональной культурной политике». Подбор примеров к каждому термину с помощью Госкаталога.

*Темы 4 – 6.* По предложенным преподавателем критериям создание виртуального маршрута (либо карты с аннотированными объектами) по замкам и кирхам с включением литературных текстов и художественных объектов.

*Темы 7 – 10.* Создание аннотированного биобиблиографического указателя с рекомендациями для читателя по теме «Ренессансные и барочные реминисценции в калининградской региональной культуре» либо создание монтажа + видеоряда по произведениям «Ревнителй брэнности».

*Тема 11 – 12.* Проектная идея для экспозиции – временной выставке – литературному маршруту по городу – фестивалю и др. по творчеству Гофмана. Создание «Карамзинского маршрута» по области.

*Тема 14.* Проектная идея для города Гвардейска, связанная с поэмой «Василий Теркин»: изучение ресурсов культурных учреждений Гвардейска с этой целью.

*Тема 15.* Попытка создания лирической миниатюры о знаковом пейзаже / природном объекте региона.

*Темы 16 – 17.* Анализ событий «Дней литературы в Калининградской области» за несколько лет. Мониторинг литературных событий в городе за месяц. Анализ коллективных сборников и региональных журналов и альманахов («Эхо», «Балтика» и др.) – практикум.

### Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1.	Тема 1 – 3.	Аннотированный список, экспликации по ГОСТу Свертывание – развертывание информации: личный ерминологический словарь. Презентация. Экскурсия по фондам музеев. Работа с ресурсом Госкаталог РФ (освоение возможностей)
2	Тема 4 – 6.	Создание виртуального маршрута. Создание интерактивной карты.
3.	Тема 7 - 10	Литературный монтаж с видеорядом Попытка перевода сонета Разные типы конспекта литературоведческих статей о кенигсбергском тексте Бродского (цитатный – развернутый – в форме таблицы, в форме схемы и др.)

4.	Тема 11 - 12	Творческая встреча с писателями: составление вопросника для интервью либо анкеты
5.	Тема 13	Составление «Лексикона жанров, творческих объединений и авторов» изобразительной культуры и литературы региона
6.	Тема 16 - 17	Составление литературной карты региона

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

### **Лекционные занятия.**

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные ра-

боты, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

#### **Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

### **8. Фонд оценочных средств**

#### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Темы 1 – 3 Темы 9 – 13 Тема 14 Тема 17	ОПК-3	Опрос, контрольная работа, тест, практическое задание на определение жанровых признаков, практическое задание – анализ поэтического текста/прозаического фрагмента / прозаической миниатюры по заданным параметрам (по всем разделам) Собеседование Приводится по предложенным заранее вопросам

#### **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

*Приводится примерное задание по темам 1 – 3*

Пример тестового задания:

Творчество какого мастера нельзя отнести к региональной культуре?

- 1) Ловис Коринт
- 2) Герман Брахерт
- 3) Таир Салахов
- 4) Юрий Карякин

Ответ: 3)

Пример задания с кратким ответом:

Перечислите частные музеи Калининградской области, в которых представлено изобразительное искусство. Кратко охарактеризуйте структуру коллекции.

ЧУК «Русский центр искусства» Рустама Алиева. Структура коллекции: 1) По видам искусства – живопись, графика, скульптура, ДПИ 2) По месту создания: 1) Русское искусство 2) Западноевропейское искусство 3) Региональное искусство

Пример задания с развернутым ответом:

Какое деятели искусства и литературы (любого времени), наряду с Кантом и Гофманом, на ваш взгляд, имеет потенциал для перерастания в «брендовую» фигуру? Свой ответ обоснуйте (если ответ отрицательный – не можете найти иной брендовой фигуры - также обоснуйте причины этого)

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Основные институции Калининградской области, представляющие и исследующие региональное изобразительное искусство и словесность.
2. Литературные объединения, фестивали и текущий процесс в регионе.
3. Региональные творческие союзы в области изобразительного искусства. Основные авторы из ныне живущих.
4. Как представлена в региональной словесности и изобразительном искусстве культура Средневековья.
5. Латинская поэзия старого Кенигсберга и ее переводы в региональной традиции переводческого искусства.
6. Эпоха барокко в региональной культуре и рецепция барокко в современном искусстве и литературе. «Кенигсбергский текст» Бродского.
7. Романтизм: Гофман и «гофманианцы». Проблема «синтетического искусства» и «ситетического художника». Гофман, Шенкенджорф, Реза как «брендовые» имена региональной культуры. Гофман и Кант в региональной литературе сегодняшнего дня.
8. Модерн и постмодерн в искусстве региона. Проза Ю. Буйды. Проза О. Глушкина.
9. Кенигсбергская академия художеств: основные имена. Как представлены мастера Академии в городской среде и музейных коллекциях.
10. Мемориальные музеи и объекты, связанные с искусством и литературой, в регионе.

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i>	отлично	зачтено	86-100

		Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная литература:**

1. Жук, М. И. История зарубежной литературы конца XIX — начала XX века : учебное пособие / М. И. Жук. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 224 с. - ISBN 978-5-9765-1019-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1595848>. – Режим доступа: по подписке.

2. Курдина, Ж. В. История зарубежной литературы XIX века. Романтизм : учебное пособие / Ж. В. Курдина, Г. И. Модина. - 3-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2021. - 206 с. - ISBN 978-5-9765-0928-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1234632>. – Режим доступа: по подписке.

3. Осьмухина, О. Ю. От античности к XIX столетию : история мировой литературы : учебное пособие / О. Ю. Осьмухина, Е. А. Казеева. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 318 с. - ISBN 978-5-9765-4503-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1595868>. – Режим доступа: по подписке.

4. История русской литературы: В 4 т. / АН СССР. Ин-т рус. лит. (Пушкин. Дом); Редкол.: Н. И. Пруцков (гл. ред.), А. С. Бушмин, Е. Н. Куприянова, Д. С. Лихачев, Г. П. Макогоненко, К. Д. Муратова. — Л.: Наука. Ленингр. отд-ние, 1980—1983.
5. ВОСТОЧНАЯ ПРУССИЯ: с древнейших времён до конца второй мировой войны: ист. очерки, документы, материалы. - Калининград: Кн. изд-во, 1996. - 538 с.: ил.
6. ЗОЛОВ А.В. Калининград, Россия: документально-аналитический очерк. - Калининград: Янтарный сказ, 1996. - 72 с.: ил., карт. - 50 лет Калининградской области.
7. КРЕТИНИН Г.В. Под российской короной, или Русские в Кёнигсберге, 1758-1962. - Калининград: Кн. изд-во, 1996. - 176 с.: ил.
8. ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ. / Авт.-сост. В.Лебедев. - Калининград: Изо-Центр, 1997. - 88 л. цв. ил.
9. ПЁТР ИЗ ДУСБУРГА. Хроника земли Прусской. - М.: Ладомир, 1997. - 384 с.
10. СТРОКИН В.Н. Летопись Пруссии в памятниках. - Калининград: Изоцентр, 1997. - 39 с.: ил.
11. СТРОКИН В.Н. Так штурмовали Кёнигсберг: Краткий ист. экскурс. - Калининград: Кн. изд-во, 1997. - 64 с.: ил., портр., схем.
12. ХРАППА В.В. Предания Кёнигсберга / Худож. И.Пашенко. - Калининград: Янтарный сказ, 1997. - 64 с.: ил. -(Саги Восточной Пруссии).
13. КОСТЯШОВ Ю.В. Петровское начало: Кёнигсберг. университет и рос. просвещение в 18 веке / Ю.В. Костяшов, Г.В. Кретинин. - Калининград: Янтарный сказ, 1999. - 144 с.: ил.
14. ЗОРИН В.Н. Альбрехт I Прусский: Жизнь и судьба на фоне трёх портретов. - Калининград: Янтарный сказ, 2000. - 175 с.: ил.
15. КЁСТЕР Б. Кёнигсберг: сегодняшний Калининград: архитектура немецкого времени / Пер. с нем. А.Шабунина. - Хузум, 2000. - 256 с.: ил., схем.
16. ПРОФЕССИОНАЛЫ. Художники Калининградской области: каталог. - Калининград: Янтарный сказ, 2000. -142 с.: портр., ил.
17. Художники Калининграда: Каталог. [Живопись, графика, скульптура, декоративно-прикладное искусство]. Калининград: Книжное издательство, 1974. - 14 с., ил.
18. Абрютин А. Развитие литературы в Калининградской области // Балтика. – 2001. – №1. – С. 3–5.
19. Ваши жизни война рифмовала...: биобиблиогр. указ. калининг. писателей – участников Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. / сост. Н.Г.Макарьева; Калинингр. обл. универс. науч. б-ка. – Калининград, 2005.
20. Глушкин О. Провинция и столица // Запад России. – 1994. – №1. – С. 3–5.
21. Калининград литературный: книга для внеклассного чтения / сост. В. М. Карпенко. – Калининград: РО Организация писателей Калининградской области, 2002.
22. Кенигсберг-Калининград, 1255–2005: ил. энцикл. справ. / Под общ. Ред. А.С.Пржедомского. – Калининград: Янтарный сказ, 2006.
23. Писатели Калининградской области: биобиблиогр. указ. / сост. Н.В.Калинина. – Калининград, 1984.
24. России – сердцем и умом... Союз писателей России. Калининградское региональное отделение. метод. пособ. / сост. С.Г.Николайчук. – Калининград: Кладезь, 2004.
25. Книги, указанные на ресурсе «Издательский проект Калининградской области (см. в указателе ресурсов)

#### **Дополнительная литература**

1. Вацуро В.Э. Готический роман в России (любое изд.) ([https://imwerden.de/pdf/vatsuro\\_gotichesky\\_roman\\_v\\_rossii\\_2002\\_\\_ocr.pdf](https://imwerden.de/pdf/vatsuro_gotichesky_roman_v_rossii_2002__ocr.pdf))
2. Вацуро В.Э. Лирика пушкинской поры. Элегическая школа (любое изд.) [https://imwerden.de/pdf/vatsuro\\_lirika\\_pushkinskoj\\_pory\\_1994\\_\\_ocr.pdf](https://imwerden.de/pdf/vatsuro_lirika_pushkinskoj_pory_1994__ocr.pdf)
3. Гарин И. Пророки и поэты. В 7 т. М.: Терра, 1994. Т. 6.

4. Зарубежная литература Возрождения, барокко, классицизма. М., 1998
5. История зарубежной литературы в XVII в. М., 1999
6. Мечты о свободе. Романтизм в России и Германии: каталог выставки. М.: Третьяковская галерея, 2021.

#### **Учебная литература**

1. Аверинцев, С. С. Риторика и истоки европейской литературной традиции — Москва : Шк. "Яз. рус. культуры", 1996. — 447 с. — (Язык. Семиотика. Культура).
2. Барокко и классицизм в истории мировой культуры. М., 2001
3. Виппер Ю.Б. Барокко в западноевропейской литературе XVII столетия. — В кн.: Творческие судьбы и история. М., 1990
4. История всемирной литературы: В 8 томах / АН СССР; Ин-т мировой лит. им. А. М. Горького; Гл. редкол: Г. П. Бердников (гл. ред.), А. С. Бушмин, Ю. Б. Виппер (зам. гл. ред.), Д. С. Лихачев, Г. И. Ломидзе, Д. Ф. Марков, А. Д. Михайлов, С. В. Никольский, Б. Б. Пиотровский, Г. М. Фридендер, М. Б. Храпченко, Е. П. Чельшев. — М.: Наука, 1983—1994. Эл. Ресурс: <http://feb-web.ru/feb/ivl/default.asp>
5. Литературный энциклопедический словарь / М.: Советской энциклопедии, 1987. — 752 с. Эл. Ресурс: <http://plr.iling-ran.ru/ru/node/51>
6. Поэзия: учебник / Сост. Наталья Азарова, Кирилл Корчагин, Дмитрий Кузьмин. Под ред. М. Амелина. М.: ОГИ, 2021.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)
- Родная литература (обзор новинок калининградских авторов) [https://www.tvoybro.com/stream/5796859793000000\\_7-niedavnikh-knigh-kalininghradskikh-avtorov-obiazatielnykh-k-prochtienu](https://www.tvoybro.com/stream/5796859793000000_7-niedavnikh-knigh-kalininghradskikh-avtorov-obiazatielnykh-k-prochtienu)
- <https://lib39.ru/events/projects/publishing/index.php> Издательский проект Калининградской области (за все годы существования, с биобиблиографическими указателями)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;

- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Мастер классы по видеосъемке»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Сивкова А.В., к.ф.н., доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Мастер-классы по видеосъемке».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

### 1. Наименование дисциплины: «Мастер-классы по видеосъемке».

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки работы с видеоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы видеосъемки.

1. Обучить бакалавров правилам построения композиции видеоматериалов.
2. Сформировать навыки использования правил и принципов съемки и монтажа.
3. Сформировать навыки работы с видеооборудованием;
4. Сориентировать бакалавров в современном техническом обеспечении для создания и обработки видеоматериалов;
5. Сформировать навыки создания и анализа собственных творческих материалов для разных видов СМК с учётом их специфики и с использованием современных мультимедийных технологий.

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

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-6	<p>ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.</p> <p>ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.</p> <p>ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки видеoinформации.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- самостоятельно осваивать новые приемы и способы видеосъемки, переходить на новое программное обеспечение, видеооборудование.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>методами использования видеотехники в нестандартных и/или неблагоприятных условиях.</p>

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастер-классы по видеосъемке» является факультативом по выбору.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах

ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Основы операторской работы.	Динамический диапазон камеры. Экспозиция при видеосъемке. «Зебра». Баланс белого для видеокамеры. Крупность планов. Типы ракурсов. Типы движения камеры. Построение композиции при видеосъемке. Освещённость. Постановка света. Советы для качественной съемки.
2	Нелинейный аудио- и видеомонтаж.	Линейный и нелинейный монтаж. Десять принципов монтажа видео. Виды монтажа. Принципы монтажа звука. Категории звука.
3	Технология создания мультимедийного продукта.	Бесплатные и коммерческие программы для монтажа видео, звука, обработки графики. Пакет программ Adobe.

### 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Не предусмотрены учебным планом.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1: Съёмка планов.

Съёмка разных планов, отработка навыков построения кадра. Учащийся может выбрать любую ситуацию, необходимую представить с помощью разных планов.

Тема 2: Съёмка панорам.

Панорамы лучше всего снимать не в помещении, а на улице. Виды панорам, которые необходимо снять:

- слежения (за автобусом, за прохожими);
- с движущимся объектом, выполняющим роль связки между двумя интересующими вас объектами в начале и в конце панорамы;
- параллельно физической линии в кадре (линия горизонта, направление улицы);
- по воображаемой линии, протянутой между логически связанными объектами (по направлению палки регулировщика уличного движения, к интересующему вас объекту).

Тема 3: Визуализация абстрактных понятий.

Прочитать и пересказать текст, осмыслить, продумать каждый кадр. Начитать текст, снять и смонтировать видеоряд, точно соответствующий и раскрывающий смысл текста, и озвучить его.

Тема 4: Этюд «Читатель».

Сделайте маленький этюд: снимите и смонтируйте не менее чем в 10 планах, каждый длинной не менее 5 сек., самое простое действие: человек подходит к книжному шкафу, выбирает книгу, берет ее и садится читать – точка. Неподготовленному зрителю должно быть интересно это смотреть.

Тема 5: Продолжение этюда «Читатель».

Этот практикум – прямое продолжение предыдущего.

Озвучьте предыдущий этюд как минимум в 3 вариантах, пытайтесь создать звуковой картиной совершенно разное ощущение, атмосферу. Попытайтесь создать насыщенные звуковые картины, разворачивающие и даже переворачивающие смысл происходящего в кадре действия – это прямой путь в вертикальный монтаж и далее – в монтаж аттракционов. Отбор звуков должен быть предельно осмыслен и точен.

Результат: неподготовленному зрителю должно быть интересно это смотреть, и воспринимать все три сюжета он должен по-разному.

Тема 6: Видео на основе фотографий.

Создать видеоролик из фото про обучение вашей группы.

**Обязательные требования:**

- наличие субтитров;
- наличие озвучки;

**Использование чужих материалов**, охраняемых авторским правом без ссылки на источник и разрешения правообладателя запрещено.

**Тема 7:** Создание мультимедийного продукта.

Создать в предложенных программах мультимедийный продукт, ориентируясь на принципы построения кадра, основные принципы монтажа. Для успешного выполнения задания необходимо соблюдать следующие рекомендации:

- видео должно содержать не менее 20 планов;
- подготовить раскадровку;
- подготовить проектное предложение;

- подготовить сценарий для человека в кадре;
  - длительность видео должна составлять от 1 до 2 мин.;
  - видео должно включать титры;
  - использовать принципы монтажа;
  - при использовании цитат должно быть соблюдено авторское право, а собранная информация должна быть правомерно использована;
  - в видео должны быть соблюдены правила журналистской этики;
  - не нарушать правило «180 градусов»;
  - использовать штатив при съёмке интервью;
  - снимать перебивки для интервью;
- материал должен содержать один стенд-ап.

#### Требования к самостоятельной работе студентов

Основными видами самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Основы видеосъемки» являются:

- изучение рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий в виде решения выполнения типовых проектов дисциплины;
- подготовка к контрольным работам;
- подготовка к итоговой аттестации по дисциплине.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

### **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

Практические и семинарские занятия.

Работа на практических занятиях подразумевает активное обсуждение изучаемого материала, разбор работ других студентов, выполнение практических заданий по заданию преподавателю.

Самостоятельная работа.

- изучение рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий в виде отработки навыков видеосъемки по заданиям преподавателя;
- подготовка к итоговой аттестации по дисциплине.

## 8.Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Основы операторской работы.	ОПК-6	Практическое задание
Тема 2. Нелинейный аудио- и видеомонтаж.	ОПК-6	Практическое задание
Тема 2. Технология создания мультимедийного продукта.	ОПК-6	Практическое задание

### 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

#### Вопросы к теме 1

1. Что такое динамический диапазон камеры?
2. Как выбрать нужные значения экспозиции при видеосъемке?
3. Как правильно выставить баланс белого при видеосъемке?
4. Как делятся планы по крупности?
5. Какие типы ракурсов камеры вы знаете?
6. Какие типы движения камеры вы знаете?
7. Особенности построения композиции при видеосъемке.
8. Что такое освещённость?
9. Какие виды освещения вы знаете?

### **Вопросы к теме 2**

1. Что такое монтаж?
2. Что такое нелинейный монтаж
3. Что такое линейный монтаж?
4. Десять принципов монтажа.
5. Виды монтажа.
6. Основные принципы монтажа звука.
7. Категории звуков.

### **Вопросы к теме 3**

1. Какие программы используют для обработки фотографий?
2. Какие программы используют для монтажа видео?
3. Какие программы используют для монтажа звука?
4. Какие программы входят в пакет Adobe Master Collection?

## **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Фокусное расстояние.
2. Выдержка.
3. Диафрагма.
4. Понятие об ISO.
5. Виды и жанры видеосъемки.
6. Правила построения композиции в видеосъемке.
7. Динамический диапазон камеры.
8. Выбор экспозиции при видеосъемке.
9. Особенности цифровой съемки.
10. Особенности выставления баланса белого при видеосъемке.
11. Классификация планов по крупности.
12. Типы ракурсов камеры.
13. Типы движения камеры.
14. Принципы построения композиции при видеосъемке.
15. Освещенность.
16. Виды освещения.
17. Понятие монтажа.
18. Нелинейный монтаж.
19. Линейный монтаж.
20. Принципы монтажа.
21. Виды монтажа.
22. Основные принципы монтажа звука.
23. Категории звуков.
24. Программное обеспечение для обработки фотографий.
25. Программное обеспечение для монтажа видео.
26. Программное обеспечение для монтажа звука.
27. Комплексное решение для создания мультимедийного продукта на примере пакета Adobe.

## **8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания**

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

#### **Основная литература**

1. Крупина, Н. Н. Основы визуализации коммерческой идеи : учебное пособие / Н. Н. Крупина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 165 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014960-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1013021>. – Режим доступа: по подписке.

## Дополнительная литература

1. Брейтман, А. С. Основы экранной культуры: Учебное пособие / Брейтман А.С. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 112 с.ISBN 978-5-16-105855-8 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/910751>. – Режим доступа: по подписке.
2. Куркова, Н.С. Анимационное кино и видео: азбука анимации : учеб. пособие по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура», профиль «Руководство студией кино-, фото-, видеотворчества» / Н.С. Куркова. - Кемерово : КемГИК, 2016. - 235 с. - ISBN 978-5-8154-0356-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041685>. – Режим доступа: по подписке.
3. Моуат, Д. Видеомаркетинг: стратегия, контент, производство / Джон Моуат ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 402 с. - ISBN 978-5-96142-572-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078483>. – Режим доступа: по подписке.
4. Рекомендации по обработке и созданию цифрового видео учебного назначения на видеохостинге Youtube. - Текст : электронный // Журнал педагогических исследований. - 2018. - №4. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003692>.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Мастер-классы фотосъемке»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Сивкова А.В., к.ф.н., доцент, Струкова Е.М., ст. преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Мастер-классы по фотосъемке».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Мастер-классы по фотосъемке».

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки работы с фотоматериалами, обучить грамотно и осознанно применять те или иные приемы фотосъемки.

1. Обучить бакалавров правилам построения композиции в фотосъемке.
2. Сформировать навыки использования правил и принципов фотосъемки.
3. Сформировать навыки работы с фотооборудованием;
4. Сориентировать бакалавров в современном техническом обеспечении для создания и обработки фотоматериалов;
5. Сформировать навыки создания и анализа собственных творческих материалов для разных видов СМК с учётом их специфики и с использованием современных технологий.

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

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<b>Знать:</b> - основные понятия, методы, способы и средства получения, хранения, переработки фотоформации.  <b>Уметь:</b> - самостоятельно осваивать новые приемы и способы фотосъемки, переходить на новое программное обеспечение, фотооборудование.  <b>Владеть:</b> - методами использования фототехники в нестандартных и/или неблагоприятных условиях.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастер-классы по фотосъемке» является факультативом по выбору.

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах

ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	История фотографии	Свойства света. История открытия фотографии. Фотография сегодня. Цифровая фотография
2	Работа с фотоаппаратом	Основные части и устройство фотоаппарата Определение экспозиции. Первая съемка
3	Выразительные средства	Композиция. Перспектива. Ракурс. Светотень. Смысловой центр. Колорит. Точка и момент съемки. Контрасты. Освещение
4	Фотожанры	Пейзаж и архитектура. Портрет. Репортаж. Спортивный. Фото натюрморт. Фотоэтюд. Специальные виды съемки
5	Работа с программами по обработке фотографий	Основы компьютерной графики Программа AdobePhotoshop

### 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Не предусмотрены учебным планом.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

**Тема 1: История фотографии.**

История открытия фотографии. Фотография сегодня. Цифровая фотография. Владеть практическими навыками выразительного использования света. Ориентироваться в широком многообразии цифровой фотографии. Объяснять отличия черно-белой фотографии и цифровой.

**Тема 2: Работа с фотоаппаратом.**

Основные части и устройство фотоаппарата. Определение экспозиции. Первая съемка. Называть основные части фотоаппарата. Определять экспозицию. Приобретать представление об основах съемки.

**Тема 3: Выразительные средства.**

Композиция. Перспектива. Ракурс. Светотень. Смысловый центр. Колорит. Точка и момент съемки. Контрасты. Освещение. Называть и давать характеристики основным видам выразительных средств. Развивать композиционные навыки. Иметь представление о составлении композиции, выбирать ракурс и освещение.

**Тема 4: Фото жанры**

Пейзаж и архитектура. Портрет. Репортаж. Спортивный. Фото натюрморт. Фотоэтюд. Специальные виды съемки. Характеризовать основные жанры фотосъемки. Уметь определять жанр фотосъемки. Приобретать навыки в процессе создания творческой работы в определенном жанре.

**Тема 5: Работа с программами по обработке фотографий**

Основы компьютерной графики. Программа AdobePhotoshop: Иметь представление о компьютерных программах при обработке фотографий. Приобретать навыки работы в программе AdobePhotoshop.

Требования к самостоятельной работе студентов

Основными видами самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Основы фотосъемки» являются:

- изучение рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий в виде решения выполнения типовых проектов дисциплины;
- подготовка к итоговой аттестации по дисциплине.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

Практические и семинарские занятия.

Работа на практических занятиях подразумевает активное обсуждение изучаемого материала, разбор работ других студентов, выполнение практических заданий по заданию преподавателю.

Практические занятия по фотосъемке. Знакомство со студийным оборудованием, основные световые схемы.

Практика по обработке изображений в программах Lightroom и Photoshop.

Самостоятельная работа.

- изучение рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий в виде отработки навыков фотосъемки по заданиям преподавателя;
- подготовка к итоговой аттестации по дисциплине.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
История фотографии	ОПК-6	Практическое задание
Работа с фотоаппаратом	ОПК-6	Практическое задание
Выразительные средства	ОПК-6	Практическое задание
Фотожанры	ОПК-6	Практическое задание
Работа с программами по обработке фотографий	ОПК-6	Практическое задание

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Примерный перечень вопросов итоговой аттестации (тестирование)

1. RAW (формат) данных, содержащий:

- информацию о настройках и параметрах камеры
- сжатые (с потерями или без потерь) данные
- необработанные (минимально обработанные) данные

2. При помощи каких основных настроек можно регулировать степень яркости получаемых фотографий (более светлые или более темные снимки)?

- диафрагма, выдержка, баланс белого
- выдержка, диафрагма, ISO
- выдержка, ISO, баланс белого
- диафрагма, выдержка, ISO, баланс белого

3. Определите жанр (направление) фотографии

- жанровый портрет
- студийный портрет
- рекламная фотография
- групповой портрет

4. В каком режиме съемки фотограф может задать значение диафрагмы, а фотоаппарат подбирает подходящее значение выдержки?

- программный режим
- мануальный режим
- режим приоритета выдержки
- режим приоритета диафрагмы

5. В чем измеряется значение выдержки?

- в относительных величинах
- в единицах светопроходимости
- в долях секунды и секундах
- в миллиметрах

6. Какое значение диафрагмы дает эффект световых звезд при ночной фотосъемки:

- F22
- F8
- F11
- F5.7.

Что представляет собой диафрагма?

- отверстие, на которое открывается механизм объектива, и через которое свет попадает внутрь фотоаппарата
- специальный механизм, регулирующий время, за которое световой поток проходит внутрь фотоаппарата
- характеристика светочувствительности матрицы фотоаппарата
- диаметр передней линзы объектива

8. 2 фотографии сняты с разными значениями диафрагмы. Одна из них — со значением  $f2.8$ , другая — со значением  $f13$ . Какая из фотографий с какой диафрагмой снята и какая из них имеет меньшую глубину резкости?

- Фотография 1 (портрет) снята с диафрагмой  $F13$ , у нее меньшая ГРИП
- Фотография 2 (пейзаж) снята с диафрагмой  $F13$ , у нее меньшая ГРИП
- Фотография 1 (портрет) снята с диафрагмой  $F2.8$ , у нее меньшая ГРИП
- Фотография 2 (пейзаж) снята с диафрагмой  $F2.8$ , у нее меньшая ГРИП

9. «Правило третей» используется для:

- Экспозиционных расчетов
- Построения световых схем
- Композиции кадра

10. Выберите наименьшее из значений чувствительности матрицы фотокамеры (ISO)

- 3200
- 400
- 200
- 800.

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Виды и жанры фотографии.
2. Когда и кем была изобретена фотография?
3. Первые фотокамеры.
4. Известные фотографы/фотохудожники.
5. Устройство и принцип действия фотокамер.
6. Виды фотокамер.
7. Технические характеристики и режимы работы фотокамер.
8. Уход за техникой, и ее характеристики.
9. Режимы работы фотокамер.
10. Форматы изображений, различия аналоговой и цифровой фотографии.
11. Типы и виды объективов.
12. Аксессуары для фотосъемки.
13. Теория композиций. Правила построения композиции в фотографии.
14. 2. Фокусное расстояние.
15. 2. Выдержка.
16. 3. Диафрагма.

17. 4. Понятие об ISO.
18. Требования к выбору экспозиции.
19. Инструменты балансировки «белого», настройки четкости, контраста, яркости и насыщенности.
20. Программы по обработке фотографий. Их отличия и особенности.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **Основная литература**

1. Крупина, Н. Н. Основы визуализации коммерческой идеи : учебное пособие / Н. Н. Крупина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 165 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014960-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1013021>. – Режим доступа: по подписке.
2. Левкина, А. В. Техника и искусство фотографии : учебное пособие / А.В. Левкина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 295 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013790-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864069>. – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

1. Газаров, А. Ю. Мобильная фотография : пособие / А.Ю. Газаров. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 221 с. - ISBN 978-5-16-108163-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/>. – Режим доступа: по подписке.
2. Кравченко, Л. В. Photoshop шаг за шагом. Практикум : учебное пособие / Л.В. Кравченко, С.И. Кравченко. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 136 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-519-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1735804>– Режим доступа: по подписке.

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Методы и методология социологического исследования»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

**Лист согласования**

**Составитель:** Кривошеев Владимир Вениаминович, кандидат социологических наук,  
профессор

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины: «Методы и методология социологического исследования».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Наименование дисциплины: «Методы и методология социологического исследования»

Цель и задачи освоения дисциплины.

*Цель курса* – сформировать у студентов представление о методологических принципах и средствах методического обеспечения и организации социологического исследования для применения полученных знаний в практической деятельности, связанной с работой в области рекламы и связей с общественностью.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
<p>ПК-2 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, включая разработку программ сохранения и освоения культурного и природного наследия</p>	<p>ПК-2.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие.</p> <p>ПК-2.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПК-2.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.</p>	<p><b>Знать:</b>            Взаимосвязь между социологической теорией, методами сбора данных и прикладными задачами            Методологические основания социологического исследования, основные методы сбора и анализа социологической информации</p> <p><b>Уметь:</b>            Анализировать данные о социальных процессах и явлениях для выявления актуальных социальных проблем            Производить оценку и применять различные социологические методы в соответствии с исследовательской задачей, областью применения этих методов, выбранной теорией и в зависимости от особенностей целевой группы.            Самостоятельно формулировать цель и задачи социологического исследования</p> <p><b>Владеть:</b>            Представления результатов исследовательской и аналитической работы перед профессиональной и массовой аудиторией            Построения социологического инструментария            Поиском и реферированием профессиональной литературы (включая Интернет-ресурсы и зарубежную литературу)            Использованием информационных технологий и специализированных</p>

		компьютерных программ для проведения и обработки результатов социологического исследования Построением социологического инструментария
--	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть образовательной магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	<i>Модуль 1. Социологическое исследование в системе социологического знания</i>	<p>Сущность и функции социологического исследования. Эмпирическое исследование. История эмпирических исследований. Понятие научной и исследовательской парадигмы. Соотношение парадигмы и теории. Критерии научности. Научные принципы и этика проведения социологического исследования. Методология, методика, метод: соотношение понятий. Качественная и количественная методология. Основные этапы социологического исследования. Методы социологического исследования: краткая характеристика.</p> <p>Виды социологического исследования: особенности разработки и реализации. Фундаментальные и прикладные; точечные и повторные (панельные, лонгитюдные, трендовые) исследования. Мониторинг как разновидность повторного исследования. Пилотажные (разведывательные); описательные и аналитические; выборочные и сплошные исследования.</p>
2	<i>Модуль 2. Логика и организация социологического исследования</i>	<p>Программа социологического исследования</p> <p>Логика проведения социологического исследования. Программа исследования: структура, функции, требования к разработке.</p> <p>Вводная часть программы социологического исследования. Социальная и социологическая проблема, проблемная ситуация. Критерии выявления социальных проблем. Постановка целей и задач исследования. Определение объекта</p>

		<p>и предмета исследования. Понятие теоретического и эмпирического объекта. Обоснование эмпирических основ исследования, выбор методов сбора, обобщения и анализа данных.</p> <p>Концепция социологического исследования. Выбор теоретических основ исследования: взаимосвязь между социологической теорией и социальной практикой. Построение концепции (замысла) исследования. Концептуализация и операционализация понятий. Переменные в социологическом исследовании. Выдвижение гипотез. Понятие социального показателя и индикатора.</p> <p>Аналитическая часть программы социологического исследования. Полевой этап: специфика организации и типичные трудности проведения. Обработка и анализ первичных социологических данных.</p>
3	<p><i>Модуль 3. Методы социологического исследования</i></p>	<p>Опросные методы в качественном исследовании</p> <p>Интервью в качественном исследовании: область применения, познавательные возможности и недостатки. Виды интервью. Глубинное интервью: задачи, логика проведения. Нарратив как разновидность интервью в качественной социологии: особенности проведения и анализа. Критерии валидности нарратива. Транскрибирование. Биографический метод.</p> <p>Фокус-групповое исследование и особенности его применения. Понятие фокус-группы. Методологические принципы организации фокус-групп. Правила проведения, структура, материальное и техническое обеспечение. Типы респондентов и модераторов. Фокус-группы в маркетинговых исследованиях. Групповая динамика при организации фокус-группы.</p> <p>Неопросные методы в качественной социологии</p> <p>Наблюдение в качественной социологии. Виды наблюдения. Этнографический метод в социологии. Планирование наблюдения, основные подходы к организации. Проблема доступа. Правила проведения. Категоризация и кодирование. Особенности включенного наблюдения. Репертуар ролей исследователя. Проблема анализа и интерпретации.</p> <p>Анализ документов. Традиционный анализ документов. Объекты анализа. Внешний и внутренний анализ.</p> <p>Проективные методики в социологическом исследовании. Теоретические основания, познавательные возможности, ограничения. Классификация проективных методик. Кейс-стади как стратегия исследования Понятие кейс-стади (case-study): исследование случая. Кейс-стади как исследовательская стратегия и метод сбора данных. Два подхода к пониманию кейс-стади. Примеры кейс-стади в социологии и социальной антропологии. Выбор объекта исследования. Методологические правила и специфика организации кейс-стади. Разновидности кейс-стади: монографическое исследование, межобъектный (сквозной) анализ случая.</p>
	<p><i>Тема 4. Анализ и представление результатов со-</i></p>	<p>Анализ данных в качественном исследовании. Обоснованная теория</p> <p>Специфика анализа данных в качественном исследова-</p>

<p><i>циологического исследования</i></p>		<p>нии. Выбор стратегии анализа. Проблема интерпретации полученной информации, влияние исследователя на результаты анализа. Подготовка данных к анализу: транскрибирование/первичный анализ записей наблюдения/анализ визуальной информации. Интерпретация невербальной составляющей.</p> <p>Анализ данных качественного социологического исследования</p> <p>Подготовка качественных социологических данных к обработке и анализу.</p> <p>Специфика анализа данных в качественном социологическом исследовании.</p> <p>Виды и особенности специализированных компьютерных программ, применяемых для анализа качественных данных.</p> <p>Интерпретация результатов качественного социологического исследования.</p>
---	--	---

#### **6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:**

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1. Социологическое исследование в системе социологического знания*

*Тема 2. Логика и организация социологического исследования*

*Тема 3. Методы социологического исследования*

*Тема 4. Анализ и представление результатов социологического исследования*

#### **Рекомендуемая тематика *практических* занятий**

*Тема 1. Насколько хорошо люди распознают ложь? Участники рассказывают контрольной группе о себе, притом некоторые факты будут достоверными, а некоторые — ложью. Необходимо опросить членов группы, что они считают правдой, а что — вымыслом. Сравните результаты. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.*

*Тема 2. Соберите побольше разнообразной рекламы и проанализируйте, какие методы убеждения в ней используются: познавательные или эмоциональные. Определите что такое познавательные и эмоциональные методы убеждения. Определите, какой вид рекламы будет исследоваться: теле-, радио-, интернет реклама. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.*

*Тема 3. Как люди реагируют на нарушение социальных норм? Группа разыгрывает поведение, нарушающее общепринятые рамки. Можно надеть необычную одежду, неуместно поприветствовать аудиторию в конце лекции или продемонстрировать еще какое-нибудь безобидное несоответствующее поведение. Какие собственные мысли и реакции, проводя такой эксперимент вы зафиксировали? Какая реакция окружающих людей последовала на нарушение социальных норм? Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.*

*Тема 4. Виртуальное общение в социальных сетях с большей вероятностью сближает людей, нежели реальное? Создайте анкетный опрос, чтобы оценить соотношение времени, проводимого людьми в социальных сетях со временем живого взаимодействия с друзьями. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.*

### **Рекомендуемый перечень тем лабораторных работ (при наличии)**

Не предусмотрены.

### **Требования к самостоятельной работе студентов**

*Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по всем темам курса.*

*Работа с текстами первоисточников, предусматривающая составление конспекта и собственных комментариев в соответствии с заданием преподавателя.*

*Выполнение домашнего задания, предусматривающего подготовку доклада, представляемого на практических занятиях: темы предлагаются преподавателем с учетом пожеланий студента и в соответствии с вопросами практического занятия.*

*Подготовка презентации с защитой на практическом занятии.*

*Разработка групповых проектов с презентацией на практическом занятии.*

*Работа с базами документов по природному и культурному наследию с целью выявления определенных объектов, анализа и применения в решении профессиональных задач, в создании тематических медиа- и коммуникационных продуктов.*

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

### **Лекционные занятия.**

Лекции проводятся в диалоговом режиме. В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование материала, задавать преподавателю уточняющие вопросы. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки, выписки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Разработка презентаций (представление и обсуждение подготовленных обучающимися наглядных информационных материалов по теме).

### **Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к аудиторным занятиям по изучаемой дисциплине и контролю знаний. Осуществляется в форме проработки конспекта лекций, изучения литературы (первоисточников и учебно-методического материала); составления обзора источников по конкретным темам; поиска недостающей информации при подготовке доклада или презентации.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
<i>Тема 1. Социологическое исследование в системе социологического знания</i>	ПК-2	Интерактивное общение студентов между собой и с преподавателем (в том числе по электронной почте); разбор практических задач и кейсов; работа в малых группах.
<i>Тема 2. Логика и организация социологического исследования</i>	ПК-2	Интерактивное общение студентов между собой и с преподавателем (в том числе по электронной почте); разбор практических задач и кейсов; работа в малых группах.
<i>Тема 3. Методы социологического исследования</i>	ПК-2	Интерактивное общение студентов между собой и с преподавателем (в том числе по электронной почте); разбор практических задач и кейсов; работа в малых группах.
<i>Тема 4. Анализ и представление результатов социологического исследования</i>	ПК-2	Интерактивное общение студентов между собой и с преподавателем (в том числе по электронной почте); разбор практических задач и кейсов; работа в малых группах.

### **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля**

1. Раскройте содержание программы социологического исследования.
2. Дайте определение понятиям: верификация, репрезентативность, валидность.
3. Классифицируйте виды социологического исследования в соответствии с параметрами масштаба и сложностью решаемых задач.
4. В чем заключается специфика интервьюирования как вида социологического опроса?
5. Раскройте содержание основных этапов проведения социологического исследования.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

*Например,*

1. Основы проектирования социологического исследования (цели и задачи исследования, программа исследования).
2. Гипотезы в социологическом исследовании: виды гипотез, основные требования к формулировке гипотез.
3. Метод включенного наблюдения: виды, роли наблюдателя, преимущества и ограничения.
4. Эксперимент в социальных науках. Виды эксперимента. Основные принципы экспериментирования в социальных науках.
5. Массовые опросы в социологии. Истоки, определение и типы опросов.
6. Интервью как метод сбора социологической информации (виды интервью;

преимущества и недостатки; этапы проведения, виды интервью; эффект интервьюера; способы контроля качества интервью).

7. Общие правила конструирования опросников. Требования к формулировке вопросов.

8. "Сензитивные" вопросы в массовом опросе: конструирование вопросов, техники опроса.

9. Логика проверки гипотез в массовом опросе.

10. Качество измерения (надежность и валидность измерения).

11. Социологические индексы и шкалы: классификации шкал и моделей шкалирования.

12. Основные социологические шкалы установок: сравнительная характеристика, подходы к конструированию.

13. Выборочный метод: основные понятия выборочного метода. Единицы отбора и стадии (фазы) отбора.

14. Основа выборки: виды, подходы к составлению. Типы вероятностных выборок и процедуры их построения. Примеры планирования выборок. Оценка ошибки выборки.

15. Коэффициенты корреляции (формула, вид измеряемой связи, тип используемых шкал, роль в социологии).

16. Одномерный и двумерный анализ: табулирование и представление данных.

17. Таблица сопряженности как инструмент анализа взаимосвязи.

18. Регрессионный анализ социологических данных.

19. Использование факторного анализа в социологии: возможности и ограничения.

20. Качественные методы в социологии: цели их использования, области применения, разные основания классификации качественных методов, характеристика отдельных методов (глубинное интервью, биографический метод, фокус-группы).

21. Кластерный анализ в социологии: возможности, ограничения, основные алгоритмы).

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85

	сти, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы				
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

#### Основная литература:

1. Волков, Ю. Е. Социология : учебное пособие для магистрантов / Ю. Е. Волков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 396 с. - ISBN 978-5-394-03531-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093172> – Режим доступа: по подписке.
2. Добренчиков, В. И. Социология : учебник / В.И. Добренчиков, А.И. Кравченко. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 624 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003522-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1930704>. – Режим доступа: по подписке.
3. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования : учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-394-03248-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091826> – Режим доступа: по подписке.

#### Дополнительная литература:

1. Вертакова, Ю. В. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Ю. В. Вертакова, О. В. Согачева. — М. : КноРус, 2012.
2. Готлив, А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учебное пособие / А. С. Готлив. — 3-е изд., стер. — М. : Флинта, 2014.
3. Гусева, Ж. И. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Ж. И. Гусева, Е. С. Вологодина. — Комсомольск-на-Амуре, 2012.
4. Дудина, В. И. Методология и методы социологического исследования: Учебник / Дудина В.И., Смирнова Е.Э. - СПб:СПбГУ, 2014. - 388 с.: ISBN 978-5-288-05537-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/940854> – Режим доступа: по подписке.
5. Епархина, О. В. Математические методы обработки и анализа социологических данных : учебное пособие / О. В. Епархина. — Ярославль, 2007.
6. Киселева, Л. М. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебное пособие / А. М. Киселева. - Омск, 2014.
7. Кравченко, Л. И. История отечественной социологии / А. И. Кравченко. — М., 2005.
8. Лавриненко, В. Н. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебник для бакалавров / В. Н. Лавриненко, Л. Н. Путилова. — 3-е изд. — М., 2014.
9. Лукина, М. Технология интервью : учебное пособие / М. Лукина. — 2-е изд. — М., 2008.

10. Мельникова, О. Т Фокус-группы: методы, методология, модерирование / О. Т. Мельникова. — М., 2007.
11. Рой, О. М. Исследование социально-экономических и политических процессов : практикум / О. М. Рой, А. М. Киселева. СПб. : Питер, 2007.
12. Рахманова, Ю. В. Социологическое исследование: методология, методика, техника : учебное пособие / Ю. В. Рахманова. — СПб. : Изд-во РГПУ, 2005.
13. Солнышкина, М. Г. Исследование социально-экономических и политических процессов : конспект лекций / М. Г. Солнышкина. — М. : Изд-во Московского гуманитарного ун-та, 2012.
14. Тавокин, Е. П. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Е. П. Тавокин. — 2-е изд. — М., 2014.
15. Толстова, Ю. Н. Измерение в социологии : учебное пособие / Ю. Н. Толстова. — М., 2007.
16. Феннето, Э. Интервью и опросник: формы, процедуры, результаты / Э. Феннето. — СПб., 2004.
17. Хакимова, Е. А. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / Е. А. Хакимова. — Челябинск, 2010.
18. Хубулов, Г. Д. Методы социологических исследований : учебное пособие / Г. Д. Хубулов. — Мичуринск, 2006
19. Ядов, В. А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций : курс лекций / В. А. Ядов. — СПб., 2009.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обу-

чения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение выс-  
шего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила  
Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Научно-исследовательский семинар»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** С.С. Аванесов, д-р филос. наук, профессор

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины: «Научно-исследовательский семинар».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Научно-исследовательский семинар»

Цель освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся навыков научных коммуникаций, знакомство с научно-исследовательским проблемным полем профессиональной деятельности.

Задачи:

а) ознакомить обучающихся с актуальными научными проблемами в рамках выбранной ими темы научно-исследовательской работы;

б) сформировать у обучающихся навыки научно-исследовательской работы, ее планирования, проведения, формирования научных выводов;

в) сформировать у обучающихся навыки научных коммуникаций;

г) познакомить обучающихся с методологией сбора информации.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	Знать: - методы поиска, систематизации и критического анализа информации, особенности социокультурных процессов и практик, а также основы системного подхода при выявлении проблемной ситуации. Уметь: - рассматривать и содержательно аргументировать возможные варианты решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом параметров социокультурной среды, определять и оценивать их преимущества и риски. Владеть: - способами разработки и реализации оптимальной стратегии решения проблемной ситуации с учетом необходимых ресурсов, достижимых результатов и возможных последствий.
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Оценивает свои личностные, ситуативные, временные ресурсы, оптимально их использует для успешного выполнения профессиональных задач. УК-6.2 Определяет способы совершенствования собственной деятельности и ее приоритеты на основе самооценки.	Знать: - приоритеты собственной деятельности, собственные ресурсы (личностные, временные и др.) и их пределы, способы целесообразного использования собственных ресурсов с учетом параметров социокультурной среды. Уметь:

	<p>УК-6.3 Владеет индивидуально значимыми способами самоорганизации и саморазвития, выстраивает гибкую профессионально-образовательную траекторию.</p>	<p>- определять цель и траекторию личного и профессионального саморазвития, применять инструменты целедостижения, в том числе образовательные (самообразование, повышение квалификации, переподготовка и др.). Владеть: - навыками построения гибкой профессиональной траектории с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного роста.</p>
<p>ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p>	<p>Знать: - проблемное поле, цели, задачи, рамки исследовательской и проектной деятельности, возможные этапы, сценарии, технологии деятельности, исходя из социокультурной ситуации, имеющихся ресурсов, возможных результатов деятельности и последствий реализации различных сценариев. Уметь: - работать с источниками, распределять последовательность и виды работ для успешной реализации проекта, определять временные и другие рамки исследовательской и проектной деятельности; Владеть: - навыками координации и контроля результативности и эффективности рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточных этапах, методами корректировки исследовательской и проектной деятельности в случае</p>

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Научно-исследовательский семинар» включена в обязательную часть (блок) основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» по направлению «Геобрендинг и урбанистика».

#### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Раздел № 1 Основные этапы планирования и выполнения научного исследования	Формулирование исследовательских проблем. Построение теоретических положений научного исследования. Анализ литературы и формулировка собственного подхода к решению задачи. Формулирование целей и задач работы; точность названия и полнота раскрытия заявленной темы; соответствие названия, заявленных целей и задач содержанию работы, обоснованность выбора темы, актуальность темы исследования, логика исследования, взаимосвязь между частями работы, теоретической и практической сторонами исследования; Отсутствие логических перекосов в пользу отдельных вопросов. Формулирование научных выводов.
2.	Раздел № 2 Методологические основы научного познания	Методологические основы научного исследования. Процесс научного исследования. Основные понятия научного познания: исследование, логика, концепция, гипотеза, информация, системный подход, синергия, объект и предмет исследования, научная проблема. Методы полевых исследований: интервьюирование, анкетирование, блиц-опрос, опрос, фокус-группа.
3.	Раздел № 3 Основные проблемы научного исследования социо-гуманитарных знаний в области урбанистики	Антропологические проблемы. Культурологические проблемы. Проблемы визуальной экологии. Проблемы гендера в городской среде. Проблемы сакральных пространств. Умный город: проблемы, вызовы, перспективы развития.

#### 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

1. Формулирование исследовательских проблем (информационная лекция)
2. Построение теоретических положений научного исследования (проблемная лекция)
3. Анализ литературы и формулировка собственного подхода к решению задачи (проблемная лекция)
4. Отсутствие логических перекосов в пользу отдельных вопросов (проблемная лекция)
5. Методологические основы научного исследования (лекция-презентация)

6. Процесс научного исследования (информационная лекция)
7. Антропологические проблемы (информационная лекция)
8. Культурологические проблемы (информационная лекция)
9. Проблемы визуальной экологии (лекция-презентация)
10. Проблемы гендера в городской среде (проблемная лекция)
11. Проблемы сакральных пространств (проблемная лекция)
12. Умный город: проблемы, вызовы, перспективы развития (лекция-презентация)

#### **Рекомендуемая тематика *практических* занятий**

1. Формулирование целей и задач работы (работа в группе)
2. Формулирование научных выводов (работа в группе)
3. Основные понятия научного познания (занятие-дискуссия)
4. Методы полевых исследований (занятие-дискуссия, работа в группе)
5. Антропологические проблемы (определение антропологических, социальных проблем в городской среде (работа в группе, презентация)
6. Культурологические проблемы (определение социокультурных проблем в городской среде) (работа в группе, презентация)
7. Проблемы визуальной экологии (семиотический анализ города, визуальный анализ городского пространства) (работа в группе, презентация)
8. Проблемы гендера в городской среде (занятие-дискуссия, презентация)
9. Проблемы сакральных пространств (занятие-дискуссия, работа в группе, презентация)
10. Умный город: проблемы, вызовы, перспективы развития (занятие-дискуссия, эссе, презентация)

#### **Рекомендуемый перечень тем *лабораторных работ (при наличии)***

Не предусмотрены.

#### **Требования к самостоятельной работе студентов**

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако

объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

### Лекционные занятия.

Лекции проводятся в диалоговом режиме. В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование материала, задавать преподавателю уточняющие вопросы. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки, выписки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Разработка презентаций (представление и обсуждение подготовленных обучающимися наглядных информационных материалов по теме).

### Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к аудиторным занятиям по изучаемой дисциплине и контролю знаний. Осуществляется в форме проработки конспекта лекций, изучения литературы (первоисточников и учебно-методического материала); составления обзора источников по конкретным темам; поиска недостающей информации при подготовке доклада или презентации.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Основные этапы планирования и выполнения научного исследования	УК-1; УК-6; ОПК-1	Презентация Домашнее задание Работа на практических занятиях
Методологические основы научного познания	УК-1; УК-6; ОПК-1	Презентация Домашнее задание Работа на практических занятиях

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Основные проблемы научного исследования социо-гуманитарных знаний в области урбанистики.	УК-1; УК-6; ОПК-1	Презентация Домашнее задание Работа на практических занятиях Эссе

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

### Примерные темы для презентаций:

- Визуальный анализ городского пространства
- Концепции умного города
- Энтони М. Таунсенд «Умные города»

### Домашнее задание

Устойчивый город.

Задание: построить свой собственный город и найти баланс между жильем, работой и городским климатом. Построение города происходит в онлайн-игре «Der Stadtklimaarchitekt».

Ссылка: [https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.cen.uni-hamburg.de%2Fpress%2Fentdecken%2Fstadtklimaarchitekt.html&cc\\_key=](https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.cen.uni-hamburg.de%2Fpress%2Fentdecken%2Fstadtklimaarchitekt.html&cc_key=)

Необходимо отобразить: ценности города, природу и экологию, транспортную систему, ресурсы и энергетику, систему отходов. Презентовать результаты на занятие.

### Работа на практических занятиях

Практическое занятие проводится в форме дискуссии. Формат: дискуссия между студентами или группами студентов – определяется преподавателем.

Преподаватель доводит до сведения студентов информацию о том, с каким текстом (текстами) они работают. Студенты в рамках самостоятельной работы читают и анализируют содержание предложенного им текста (текстов): формулируют вопросы к тексту / по тематике текста, выделяют основной тезис (тезисы) и аргументы, приводимые в его поддержку автором.

В рамках работы на семинаре студент участвует в обсуждении текста, представляя результаты своей самостоятельной работы, предлагая для дискуссионного обсуждения выявленные им в тексте тезис, аргументы в его пользу и предлагаемые им контраргументы с целью опровержения данного тезиса. По окончании дискуссии студент должен быть готов дать свою оценку дискутируемому на семинаре тезису (тезисам): являются ли они достаточно обоснованными или нет.

*Примерные вопросы:*

1. Оцените степень изученности темы.
2. Охарактеризуйте уровень доступности критической литературы по данному вопросу.
3. Сформулируйте аргументы в пользу Вашей точки зрения (вывода, тезиса).
4. Воспроизведите логику рассуждения автора в ходе решения поставленной проблемы.
5. Какие недостатки или неточности Вы заметили в прозвучавшем утверждении?

## Эссе

Эссе представляет собой письменное задание, которое предполагает проведение студентом самостоятельной исследовательской работы. В качестве предмета данного мини-исследования студенту предлагается выбрать и проанализировать как минимум одну *проблему*, которая (а) находит своё теоретическое выражение в актуальном социо-гуманитарном знании и (б) проявляется в современных общественных процессах. Результатом самостоятельного анализа проблемы должно стать изложение как минимум двух различных позиций относительно выбранной проблемы, сопровождаемых аргументами в их поддержку. Желательно включение в работу собственной обоснованной позиции по данному вопросу.

Порядок выполнения задания:

1. Студент определяет тематику работы. Проблему для дальнейшего анализа можно либо выбрать из предложенных преподавателем вариантов, либо сформулировать её самостоятельно, согласовав с преподавателем.

2. Студент ищет релевантные источники информации и осуществляет знакомство с ними. Обращение к специальной теоретической литературе желательно, но не обязательно. Разрешается использовать популярные информационные ресурсы; студент должен уметь обосновать их надёжность в случае возникновения соответствующих вопросов со стороны преподавателя. В случае необходимости студент может обратиться за помощью в подборе материалов к преподавателю.

3. Студент пишет работу и отправляет преподавателю на электронный адрес в одном из следующих форматов: doc, docx.

Структура текста, написание которого является частью внеаудиторной нагрузки студента, должна содержать следующие элементы:

- пояснение темы исследования;
- формулировка проблемы и обоснование её теоретической и / или социальной значимости;
- представление как минимум двух различных позиций по данной проблеме;
- изложение аргументации, подкрепляющей данные позиции;
- самостоятельная оценка актуальной дискуссии по анализируемой проблеме.

Объём работы: 3000–6000 знаков.

*Примерные темы эссе:*

1. Визуальная экология: загрязнение визуальной среды города
2. Концепция «умного города»
3. Один день жителя города будущего «The line»

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i>	отлично	зачтено	86-100

		Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Басовский, Л. Е. Основы научных исследований : учебник / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1192099. - ISBN 978-5-16-019525-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2123865> – Режим доступа: по подписке.
- 2.

### Дополнительная литература:

1. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований : учебное пособие для бакалавров / М. Ф. Шкляр. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 208 с. - ISBN 978-5-394-04708-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083277>. – Режим доступа: по подписке.

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания

- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»**

**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Образ региона в современном медиапространстве»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград, 2024

**Лист согласования Составитель:** Чистякова Любовь Сергеевна, ст. преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины: «Образ региона в современном медиапространстве».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Образ региона в современном медиапространстве»

Цель и задачи освоения дисциплины.

*Цель курса* – сформировать у обучающихся представление о специфике формирования образа региона в традиционных и новых медиа.

*Задачи:*

- изучение способов и методов формирования образа территории;
- формирование представления об образе региона в аспекте когнитивно-географических контекстов;
- понимание значения формирования образа региона в традиционных и новых медиа;
- изучение образа Калининградской области в российском и зарубежном медиадискурсе.

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

Код компетенции	Результаты освоения Образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2. Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	<b>Знать:</b> - потребности общества и интересы аудитории средств массовой информации <b>Уметь:</b> - интерпретировать данные медиаисследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп <b>Владеть:</b> - навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты.
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Анализирует тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях исходя из экономических и политических механизмов их функционирования. ОПК-5.2. Учитывает данные анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны в профессиональной деятельности.	<b>Знать:</b> – особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие; – разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>Уметь:</b> - моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы <b>Владеть:</b> - навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из полити-

		<p>ческих и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, для принятия профессиональных решений.</p>
<p>ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.  ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. В своей работе руководствуется принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.</p>	<p><b>Знать:</b> закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности  <b>Уметь:</b>  оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии  <b>Владеть:</b>  навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиа сфере на основе принципов социальной ответственности</p>

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Образ региона в современном медиапространстве» включена в обязательную часть (блок) основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» по направлению «Геобрендинг и GR-коммуникации».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Модуль 1. Образ территории как предмет исследования.	Понятие образа территории. Основные направления для исследования образа территории. Политико-психологический, культурологический, маркетинговый, медийный, социологический и дискурсологический аспекты. Объективистский и конструктивистский подходы для определения категории образа.
2.	Модуль 2. Особенности формирования современной медиасистемы.	Типология традиционных и новых медиа. Особенности передачи информации по различным каналам. Медiateкст и медиаобраз в современной интерпретации. Структура медиасистема. Типы и виды СМИ. Аудитория новых и традиционных медиа. Рейтинги.
3.	Модуль 3. Факторы формирования образа территории.	Природный потенциал в формировании образа территории. Национальное и культурное наследие. Исторические факты, имеющие значительное влияние на развитие территории. Основные требования к образу территории (концепции Э.А. Галумова и Д.Н. Замятина)

4.	Модуль 4. Анализ медиа-дискурса как основного элемента формирования образа региона.	Формирование образа через дискурс на семантическом, синтаксическом и прагматическом уровнях. Влияние информационной повестки дня на образ региона. Социально-политические факторы, оказывающие влияние на образ региона в медиапространстве.
5.	Модуль 5. Образ Калининградской области в современном медиадискурсе	Анализ публикаций российских и зарубежных СМИ. Основные темы, формирующих образ Калининградской области.

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Понятие образа территории. Основные направления для исследования образа территории..

Тема 2. Типология традиционных и новых медиа. Особенности передачи информации по различным каналам.

Тема 3. Аудитория новых и традиционных медиа. Основные подходы формированию рейтингов и подсчёта аудитории.

Тема 4. Природный потенциал в формировании образа территории. Национальное и культурное наследие. Исторические факты, имеющие значительное влияние на развитие территории.

Тема 5. Формирование образа через дискурс на семантическом, синтаксическом и прагматическом уровнях.

Тема 6. Социально-политические факторы, оказывающие влияние на образ региона в медиапространстве.

Тема 7. Основные темы и явления, формирующих образ Калининградской области.

### Рекомендуемая тематика *практических* занятий

Тема 1. Понятие образа территории. Основные направления для исследования образа территории..

Тема 2. Типология традиционных и новых медиа. Особенности передачи информации по различным каналам.

Тема 3. Аудитория новых и традиционных медиа. Основные подходы формированию рейтингов и подсчёта аудитории.

Тема 4. Природный потенциал в формировании образа территории. Национальное и культурное наследие. Исторические факты, имеющие значительное влияние на развитие территории.

Тема 5. Формирование образа через дискурс на семантическом, синтаксическом и прагматическом уровнях.

Тема 6. Социально-политические факторы, оказывающие влияние на образ региона в медиапространстве.

Тема 7. Основные темы и явления, формирующих образ Калининградской области.

### Рекомендуемый перечень тем лабораторных работ (при наличии)

Не предусмотрены.

## **Требования к самостоятельной работе студентов**

*Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по всем темам курса.*

*Работа с текстами первоисточников, предусматривающая составление конспекта и собственных комментариев в соответствии с заданием преподавателя.*

*Выполнение домашнего задания, предусматривающего подготовку доклада, представляемого на практических занятиях: темы предлагаются преподавателем с учетом пожеланий студента и в соответствии с вопросами практического занятия.*

*Подготовка презентации с защитой на практическом занятии. Разработка групповых проектов с презентацией на практическом занятии. Работа с различными медиаисточниками.*

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

### **Лекционные занятия.**

Лекции проводятся в диалоговом режиме. В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование материала, задавать преподавателю уточняющие вопросы. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки, выписки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Разработка презентаций (представление и обсуждение подготовленных обучающимися наглядных информационных материалов по теме).

### **Самостоятельная работа.**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к аудиторным занятиям по изучаемой дисциплине и контролю знаний. Осуществляется в форме проработки конспекта лекций, изучения литературы (первоисточников и учебно-методического материала); составления обзора источников по конкретным темам; поиска недостающей информации при подготовке доклада или презентации.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

### **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля**

1. Определите основные факторы, оказывающие влияние на образ Калининградской области в публикациях СМИ разных российских регионов?.

2. Какую роль оказывает природный потенциал на формирование образа Калининградской области? Выделите и охарактеризуйте основные природные понятия и явления, ассоциирующиеся у туристов с Калининградской областью?

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Понятие образа территории.
2. Основные направления для исследования образа территории.
3. Политико-психологический, культурологический, маркетинговый, медийный, социологический и дискурсологический аспекты формирования образа территории.
4. Объективистский и конструктивистский подходы для определения категории образа территории.
5. Типология традиционных и новых медиа.
6. Особенности передачи информации по различным медиаканалам.
7. Структура медиасистема современной медиасистемы. Типы и виды СМИ.
8. Аудитория новых и традиционных медиа. Рейтинги.
9. Природный потенциал в формировании образа территории.
10. Национальное и культурное наследие. Исторические факты, имеющие значительное влияние на развитие территории.
11. Основные требования к образу территории (концепции Э.А. Галумова и Д.Н. Замятина).
12. Формирование образа через дискурс на семантическом, синтаксическом и прагматическом уровнях.
13. Влияние информационной повестки дня на образ региона.
14. Социально-политические факторы, оказывающие влияние на образ региона в медиапространстве.

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Краткое описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Титульная шкала (академическая) оценка	Учебная шкала, зачет	С, % освоения (рейтинговая оценка)
Высший	Самостоятельная деятельность	Способность самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	Отлично	Зачтено	100
Средний	Знание и умение в более широких контекстах учебной и профессиональной	Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных	Хорошо		85

	деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения			
овлетворительный (достаточный)	продуктивная деятельность	ложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	овлетворительно		-70
достаточный	сутствие признаков удовлетворительного уровня		удовлетворительно	зачтено	нее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Бергер П., Лукман Т.// Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. [Электронный ресурс] — URL: [http://skepdic.ru/wp-content/uploads/2013/05/Berger\\_Lukman\\_-\\_Sotcialnoe\\_konstruirovanie\\_realnosti\\_Skepdic.ru\\_.pdf](http://skepdic.ru/wp-content/uploads/2013/05/Berger_Lukman_-_Sotcialnoe_konstruirovanie_realnosti_Skepdic.ru_.pdf)
2. Берендеев М.В. Семиотические инверсии в формировании политического образа в медиадискурсе // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. 2017. № 3.

### Дополнительная литература

1. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. — М.: Известия, 2003.
2. Галумов Э.А. Имидж против имиджа. — М.: Известия, 2005.
3. Гравер А. А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология.
4. — 2012. — N 3 (19).
5. Замятина Н. Ю. Вариации региональных образов когнитивно-географические контексты // ПочИс — 2004. № 5
6. Киселёв И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы // Политэкс. — 2007.
7. Кожемякина Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. 2010. № 12 (83). Выпуск 6.
8. Печищев И.М. Конструирование имиджа территории в Пермской периодике:1996-2006гг.: автореф. дис. канд. филол. наук : 10.01.10 / Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж, 2008.
9. Прасолова О.В. Формирование имиджа региона в средствах массовой информации: на примере Ханты-Мансийского автономного округа — Югры : автореф. Дис. канд. филол. наук : 10.01.10 / Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж, 2010.
10. Сидорская И. В. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ // Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики. 2015.

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС

- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п. 11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Оценка эффективности программ геобрендинга»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

2024

**Лист согласования**

**Составитель:** Суворова Наталья Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент.

рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Оценка эффективности программ геобрендинга».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Оценка эффективности программ геобрендинга».

Цель дисциплины — подготовка магистров, владеющих знаниями и навыками в проведении исследований эффективности геобрендинга.

Задачи изучения дисциплины:

- понимание сути качественных и количественных методов в PR- практике, их места и роли в рекламных и PR-исследованиях;
- изучение содержания основных этапов экспертно-оценочного исследования, умения обоснованного выбора релевантного исследовательского метода;
- развитие навыков самостоятельного проведения исследований, формирования возможных стратегий исследования, логики и порядка исследовательских операций при работе с данными;
- обеспечение базовых знаний для выбора и обоснования эмпирических методов исследования в геобрендинге.
- развитие навыков ситуативной, ликвидной и стратегической оценки в продвижении территории, репутации и маркетинговых стратегий в геобрендинге.
- обучение магистрантов коллективной (командной) работе при решении исследовательских и прикладных задач в сфере геобрендинга, и формирования эффективных коммуникаций в области позиционирования геобренда
- обучение магистрантов коллективной (командной) работе при решении исследовательских и прикладных задач в сфере геобрендинга, и формирования эффективных коммуникаций в области позиционирования геобренда.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<u>Знать:</u> - основные принципы позиционирования торговой марки, бренда. <u>Уметь:</u> - оценить эффективность избранной стратегии продвижения торговой марки, бренда. <u>Владеть:</u> - инструментами и технологиями оценки результативности проведенных рекламных и PR-мероприятий.
ОПК-4 Способен анализировать потребности	ОПК-4.1 Организует процесс исследования потребностей общества и	<u>Знать:</u> основные методы измерений эффективности в маркетинговых и социологических исследова-

<p>общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные, репутационные и пр.) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. ОПК-4.2 Использует результаты анализа и выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>дованиях применительно к геобрендингованию и комплексному продвижению территорий; <u>Уметь:</u> применять на практике методологи и эффективных оценок <u>Владеть:</u> инструментами интегрирования знаний из разных профессиональных сфер для достижения прикладных результатов в области оценки эффективности геобрендингования</p>
<p>ПК-2 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, включая разработку программ сохранения и освоения культурного и природного наследия</p>	<p>ПК-2.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие. ПК-2.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-2.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.</p>	<p><u>Знать:</u> основы проектно-аналитической деятельности, основы анализа социально-культурной и экономической ситуации; нормативно-правовую базу развития региона <u>Уметь:</u> проводить различного типа исследования при создании программы геобрендингования территории; применять инструменты оценки мнений целевых групп; <u>Владеть:</u> методами сбора информации для проведения мероприятий в рамках программы брендингования территории; инструментами оценки данных различных территорий на разных этапах создания программы геобрендингования территории.</p>

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Оценка эффективности программ геобрендингования» представляет собой дисциплину базовой части блока дисциплин подготовки студентов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеа-

удиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по проектам — при наличии проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Введение в методологию оценки эффективности в рекламе.	Цель, задачи, роль и место учебного курса. Структура курса и логика прохождения дисциплины. Краткий обзор рекомендуемой литературы. Истоки и основания количественной и качественной методологии в социальных науках, рекламе и PR. Виды количественных и качественных исследований. Функции, возможности и ограничения различных методологий и методик в рекламной и PR-деятельности.
2	Методология оценки эффективности рекламы. Факторы эффективности рекламной деятельности.	Место и функции методики оценки эффективности в рекламной деятельности. Взаимосвязь методики с методологией и техникой. Методы теоретического и эмпирического уровней в политологии. Метод сбора, обработки и анализа политической информации. Методы социальных инноваций и технологий. Методы социально-политического планирования и программирования. Содержательная и организационная функции методик в рекламной и PR-деятельности.
3.	Основные принципы медиапланирования как инструмент построения эффективной рекламной политики.	Понятие медиапланирования. Медиакарта. Основные показатели медиапланирования: охват, частота. Affinity index (индекс соответствия). Рейтинг издания или медиаканала, его расчет, факторы, влияющие на величину. Структура медиаплана. Выбор рекламных носителей. Способы расчета эффективного медиаплана.
4.	Экономическая эффективность рекламы. Проблематичность атрибуции результатов рекламной деятельности и реальных	Определение финансовой (коммерческой) эффективности. Варианты расчета финансовой эффективности. Обоснование различных вариантов расчета финансовой эффективности, сильные и слабые стороны вариан-

	экономических показателей.	тов, обоснование выбора варианта. Понятие ROI. Расчет ROI в классической и digital-кампании.
5.	Введение в методологию оценки эффективности в PR: факторы, формирующие подход к оценке эффективности.	Понятие методологии оценки явления. Виды методов оценки. Способы и подходы к оценке явлений социальной действительности. Возможные подходы к оценке коммуникационных явлений: рекламы, PR, стимулирования сбыта, личных продаж. Факторы формирования специфики оценки PR. Понятие KPI в PR. Поиск и выбор ключевых показателей эффективности.
6.	Основы методологии, принципы и функции оценки эффективности в PR-коммуникациях: тренды PR-отрасли, эволюция принципов измерения.	Подходы к методологии оценки эффективности PR. Принципы и функции оценки PR. Оценка эффективности PR в соответствии с Американской ассоциацией по связям с общественностью. Оценка эффективности PR в трудах А.Н. Чумикова и Бочарова М.П. Маркетинговый подход к измерению параметров PR-эффективности. Дж. Аакер и брендинговый подход к оценке эффективности PR. Эффективность деятельности PR-специалиста в эпоху SMM. Тренды развития PR и возможные направления изменения оценки эффективности в PR-коммуникаций в эпоху digital.
7.	Коммуникационная эффективность в PR-деятельности.	Постановка вопроса о коммуникационной эффективности PR-деятельности. Виды коммуникационной эффективности. Показатели коммуникационной эффективности. Повторяемость результата в коммуникационной эффективности PR-деятельности. Медиаобраз торговой марки как показатель коммуникационной эффективности PR.
8.	Постановка вопроса об экономической эффективности в PR-деятельности.	Возможность экономической оценки эффективности в PR-деятельности. Стереотипы о невозможности экономической оценки эффективности PR. Расчет ROI в PR. Другие показатели экономической эффективности в PR: показатель «от достигнутого», оценка эффективности по наилучшим показателям, оценка эффективности относительно конкурентов.
9.	Социологические методы оценки эффективности коммуникаций.	Методы социологической оценки эффективности в PR-деятельности. Количественные и качественные исследования в PR. Кабинетные исследования как инструмент оценки эффективности PR. Контент-анализ в оценке PR-эффективности. Постановка вопроса о невозможности однозначной интерпретации результатов социологических исследований в оценке эффективности PR-деятельности.
10.	Количественные методы в оценке эффективности рекламной и PR-деятельности.	Основные процедуры количественного исследования и их логическая последовательность. Виды исследований, их цели и задачи, возможности и ограничения. Основные этапы исследования: подготовительный; полевые работы; сбор, обработка и анализ информации; оформление результатов исследования.
11.	Опросные методы: интервьюирование и анкетирование как оценка эффек-	Свойства информации на рекламном рынке. Измерение количественных данных. Номинальная, порядковая, интервальная и пропорциональная шкалы.

	тивности рекламной и PR-деятельности.	Многомерное шкалирование. Методы контроля надежности шкал. Проверка шкал на обоснованность, устойчивость и правильность. Типичные ошибки в использовании шкал. Шкалы Гуттмана, Терстоуна и Лайкерта в применении определения эффектов. Об измерении в исследовании PR. Табулирование. Вариационные ряды. Графики. Приемы наглядного представления данных. Меры центральной тенденции. Меры вариации.
12.	Анализ количественных данных.	Функции анализа количественных данных. Методы анализа количественных данных. Алгоритмы обработки количественных данных. Подведение итогов количественного исследования. Интерпретация данных в количественном исследовании. Структура и содержание отчета о проведенном количественном исследовании.
13.	Виды и особенности методов качественного исследования в рекламе и PR. Специфика качественного исследования.	Качественные исследования как ключевой метод оценки коммуникационной активности. Основные виды качественных исследований, применяемых в рекламе и PR. Фокусированные глубинные интервью, фокус-группы и холл-тесты. Специфика оценки PR-коммуникаций в качественных исследованиях. Кабинетные виды качественных исследований.
14.	Методы анализа качественных данных.	Функции анализа качественных данных. Методы анализа качественных данных. Анализ гайда качественного исследования как первичный метод анализа качественных данных. Построение первичных гипотез качественного исследования. Анализ результатов качественного исследования. Структура и содержание отчета о проведенном качественном исследовании. Важнейшие отличия в интерпретации количественных и качественных данных.

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Введение в методологию оценки эффективности в рекламе. Методология оценки эффективности рекламы. Факторы эффективности рекламной деятельности.

Тема 2. Основные принципы медиапланирования как инструмент построения эффективной рекламной политики.

Тема 3. Экономическая эффективность рекламы. Проблематичность атрибуции результатов рекламной деятельности и реальных экономических показателей.

Тема 4. Введение в методологию оценки эффективности в PR: факторы, формирующие подход к оценке эффективности. Основы методологии, принципы и функции оценки эффективности в PR-коммуникациях: тренды PR-отрасли, эволюция принципов измерения.

Тема 5. Коммуникационная эффективность в PR-деятельности. Постановка вопроса об экономической эффективности в PR-деятельности.

Тема 6. Социологические методы оценки эффективности коммуникаций. Количественные методы в оценке эффективности рекламной и PR-деятельности.

Тема 7. Опросные методы: интервьюирование и анкетирование как оценка эффективности рекламной и PR-деятельности.

Тема 8. Анализ количественных данных. Виды и особенности методов качественного исследования в рекламе и PR. Специфика качественного исследования. Методы анализа качественных данных.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Методология оценки эффективности рекламы. Факторы эффективности рекламной деятельности.

Тема 2. Экономическая эффективность рекламы. Проблематичность атрибуции результатов рекламной деятельности и реальных экономических показателей.

Тема 3. Основы методологии, принципы и функции оценки эффективности в PR-коммуникациях: тренды PR-отрасли, эволюция принципов измерения.

Тема 4. Постановка вопроса об экономической эффективности в PR-деятельности.

Тема 5. Количественные методы в оценке эффективности рекламной и PR-деятельности.

Тема 6. Анализ количественных данных.

Тема 7. Методы анализа качественных данных.

Требования к самостоятельной работе студентов:

1. Работа с теоретическим материалом, предусматривающая проработку литературы по каждой из тем с выполнением практической работы на занятиях.

2. Подготовка презентаций и докладов по темам курса.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1	Методология оценки эффективности рекламы. Факторы эффективности рекламной деятельности.	Схема «Содержательная и организационная функции методик в рекламной и PR-деятельности».
2	Экономическая эффективность рекламы. Проблематичность атрибуции результатов рекламной деятельности и реальных экономических показателей.	Конспект «Факторы эффективности рекламной деятельности»
3	Основы методологии, принципы и функции оценки эффективности в PR-коммуникациях: тренды PR-отрасли, эволюция принципов измерения.	Презентация «Рейтинг медиаканалов нашего региона»
4	Постановка вопроса об экономической эффективности в PR-деятельности.	Рассмотрение вариантов расчета финансовой эффективности на примерах: <ul style="list-style-type: none"><li>• отношение прироста объема сбыта (прибыли, оборота) к затратам, которые были для этого сделаны;</li><li>• мониторинг объемов реализации (полученных доходов) до и после рекламной кампании и соотнесение полученных доходов с ассигнованиями на рекламу.</li></ul>
5	Количественные методы в оценке эф-	Составление словаря терминов

	фektivности рекламной и PR-деятельности.	
6	Анализ количественных данных.	Презентация «Эффективность деятельности PR-специалиста в эпоху SMM»
7	Методы анализа качественных данных.	Анализ медиаобраза выбранной торговой марки.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

**Лекционные занятия.**

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

**Практические и семинарские занятия.**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Введение в методологию оценки эффективности в рекламе.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Опрос
Методология оценки эффективности рекламы. Факторы эффективности рекламной деятельности.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Письменная работа
Основные принципы медиапланирования как инструмент построения эффективной рекламной политики.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Опрос
Экономическая эффективность рекламы. Проблематичность атрибуции результатов рекламной деятельности и реальных экономических показателей.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Письменная работа
Введение в методологию оценки эффективности в PR: факторы, формирующие подход к оценке эффективности.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Опрос
Основы методологии, принципы и функции оценки эффективности в PR-коммуникациях: тренды PR-отрасли, эволюция принципов измерения.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Подготовка презентации
Коммуникационная эффективность в PR-деятельности.	ОПК-2; ОПК-4;	Опрос

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
	ПК-2	
Постановка вопроса об экономической эффективности в PR-деятельности.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Письменная работа
Социологические методы оценки эффективности коммуникаций.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Опрос
Количественные методы в оценке эффективности рекламной и PR-деятельности.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Письменная работа
Опросные методы: интервьюирование и анкетирование как оценка эффективности рекламной и PR-деятельности.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Письменная работа
Анализ количественных данных.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Подготовка презентации
Виды и особенности методов качественного исследования в рекламе и PR. Специфика качественного исследования.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Письменная работа
Методы анализа качественных данных.	ОПК-2; ОПК-4; ПК-2	Письменная работа

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

### Список терминов

- Медиапланирование
- Медиаплан
- Индекс соответствия
- Охват и частота
- Расчет ROI
- KPI
- Медиаобраз
- Шкалы: номинальная, порядковая, интервальная и пропорциональная.
- Табулирование
- Гайд опроса
- Кабинетное исследование

### Темы презентаций

1. Презентация «Рейтинг медиаканалов нашего региона»
2. Презентация «Эффективность деятельности PR-специалиста в эпоху SMM»
3. Презентация «Обработка количественных данных»

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Понятие оценки эффективности в рекламе и PR.
2. Методология оценки эффективности рекламы.
3. Факторы эффективности рекламной деятельности.
4. Медиапланирование: прогнозирование эффективности мероприятий.
5. Экономическая эффективность рекламы.
6. Факторы, формирующие подход к оценке эффективности в PR.
7. Принципы и функции оценки эффективности в PR-коммуникациях.
8. Коммуникационная эффективность в PR-деятельности.
9. Вопрос экономической эффективности в PR-деятельности.
10. Социологические методы оценки эффективности коммуникаций.
11. Количественные методы в оценке эффективности рекламной и PR-деятельности.
12. Опросные методы: интервьюирование и анкетирование в рекламной и PR-деятельности.
13. Анализ количественных данных.
14. Виды и особенности методов качественного исследования в рекламе и PR.
15. Методы анализа качественных данных.

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности,	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретиче-	хорошо		71-85

	нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	ских источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения			
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

#### **Основная литература**

1. Казакова, Н. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / Н.А. Казакова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 240 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/851. - ISBN 978-5-16-005220-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843622>. – Режим доступа: по подписке.
2. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 384 с. - ISBN 978-5-9558-0194-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1839949>. – Режим доступа: по подписке.

#### **Дополнительная литература**

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>. – Режим доступа: по подписке.
2. Замедлина, Е. А. Реклама: Учебное пособие / Е.А. Замедлина. - 2-е изд. - М.: ИД РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 118 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00921-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927476>. – Режим доступа: по подписке.
3. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400>. – Режим доступа: по подписке.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС

- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Политология»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** доцент ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы медиа и дизайна

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Политология».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий.
8. Фонд оценочных средств.
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины.
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля.
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине.
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания.
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

### 1. Наименование дисциплины: «Политология».

Цель дисциплины «Политология»: формирование у студентов бакалавров знаний по политологии, теории политики, формирование научной базы по политологии, о законах и закономерностях политической жизни, формирование способности использовать полученные компетенции в будущей профессиональной и научной деятельности.

Задачи: изучение теоретических основ политологии, применение полученных компетенций на практике.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	<b>Знать:</b> - специфику предмета политической науки, основные этапы её становления и развития. <b>Уметь:</b> - выявлять актуальные политические проблемы в России и мире. <b>Владеть:</b> - навыками отбора источников информации в сфере политических исследований.
ПК-4 Способен управлять массовыми коммуникациями, а также внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности/региона, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом для повышения политической, социальной и экономической успешности региона	ПК-4.1 Находит и использует государственные программы по поддержке развития туристической привлекательности территорий. ПК-4.2 Демонстрирует знания государственных стандартов к формированию туристских услуг. ПК-4.3 Разрабатывает варианты стратегий развития территории и проекты территориальных брендов.	<b>Знать:</b> - специфику предмета политической науки, основные этапы её становления и развития. <b>Уметь:</b> - определять сильные и слабые стороны теоретических подходов в сфере политической науки. <b>Владеть:</b> - навыками анализа политических процессов и явлений.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политология» относится к части блока дисциплин подготовки студентов, формируемой участниками образовательных отношений.

#### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции, практические занятия), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Политология как научная дисциплина	<p>Политология как наука. Теоретическая и прикладная политология.</p> <p>Функции теоретической политологии. Функции прикладной политологии. История развития политической мысли. Особенности и перспективы развития политологии в России.</p> <p>Политический анализ, политический прогноз, место и роль политического анализа, политического прогноза в принятии политических решений. Методы исследования: традиционные политологические (исторический, сравнительный, системный, структурно-функциональный, социологический); собственно политологические (метод политической коммуникации, теория игр, метод принятия решений).</p> <p>Политические науки, их функции, основные методы.</p>

		<p>Политическая методология. Политическая философия. Политическая социология. Политическая психология. Политическая конфликтология. Политическая география.</p>
2	<p>Исторические этапы становления и развития политической мысли</p>	<p>История политических учений. Этапы становления и тенденции развития политической науки. Стадия философского осмысления, эмпирическая стадия и стадия рефлексии.</p> <p>Предистория политической науки: политическая философия с древнейших времен до начала XIX века. От суждения о всевозможных и идеальных формах устройства государства и общества - к необходимым формам организации государства и ее взаимодействию с гражданским обществом. Основные хронологические этапы, их выдающиеся представители. Политическая мысль Древнего Востока, Древней Греции и Древнего Рима. Конфуцианство. «Республика» Платона. «Полития» Аристотеля. Теоретики христианства о власти (Августин Блаженный, Фома Аквинский). «Государь» Н. Макиавелли - отделение политики от моральных учений. Развитие политической мысли в Новое время и эпоху Просвещения (Т. Гоббс, Дж. Локк, Ш.Л. Монтескье, Ж.Ж. Руссо, И. Кант). Теория естественного права. Власть и гражданское общество.</p> <p>Основные современные политические учения Запада. Предпосылки институализации политологии как самостоятельной дисциплины. Формирование социально- политических и идеологических структур современной западной цивилизации. Расширение и дифференциация проблематики. Концепция происхождения государства (К. Маркс Л. Гумплович). Политические элиты (В. Парето, Г. Моска). Политическое господство и лидерство (М. Вебер). Развитие различных методологических подходов: «поведенческого» (Ч. Мерриам, Г. Лассуэл), системного (Д. Истон), структурно- функционального (Т. Парсонс). Разработка концепций политических систем (Д. Истон), демократии (Р. Даль, С. Липсет), тоталитаризма (Х. Арндт, К. Фридрих), политической культуры (Г. Алмонд), пропаганды (Ж. Эллюль).</p> <p>Российская политическая традиция: истоки, социокультурные основания, историческая динамика. Политическая мысль в России в XIX – XX вв.: люди и идеи. Специфика современной российской политической науки.</p>
3	<p>Политика как общественное явление</p>	<p>Происхождение и природа политики. Место политики в обществе. Основные трактовки политики в мировой политической мысли. Идентификация политики с феноменом власти. М. Вебер, В. Ленин и Т.</p>

		<p>Парсонс о политике. Классификация по исследовательским методам: социологические, субстанциальные, научно- сконструированные.</p> <p>Понятие целей, средств и методов в политике. Дискуссия о соотношении целей и средств их достижения: Н. Макиавелли, Л. Толстой, М. Ганди. Доктрина «меньшего зла».</p> <p>Роль насилия в политике: плюсы и минусы. Деградация социума под гнетом насилия. Прямое и косвенное (скрытое) насилие. Экономическое, политическое и административное насилие. Насилие в повседневной практике государственной власти. Политический терроризм и его разновидности. Причины существования терроризма. Террор и уголовная преступность: общее и различное. Террористический акт как основная форма политического насилия. Государственный и оппозиционный террор. Разновидности правого и левого террора.</p>
4	Политическая власть	<p>Понятие политической власти. Происхождение и сущность власти. Социальная природа власти. Различные формы проявления властных отношений. Типология власти: по объему (семейная, международная и т.д.); по объекту (личная, партийная, общественная), по характеру применения (демократическая, деспотическая, бюрократическая и т.д.). Политическая форма власти. Различные формы проявления политической власти. Универсальные черты политической власти (асимметричность, инверсионность, ресурсность, кумулятивность). Ресурсы власти. Функции власти. Регулирующая и конструирующая способности власти. Специфические черты политической власти. Типология политической власти: по форме правления, по социальной основе, по принципу организации, по методам действия, по сферам действия, по уровню действия, по идеологическим моделям и т.д.</p> <p>Легальность и легитимность политической власти. Типы легитимизации по М. Веберу.</p> <p>Суверенная власть. Понятие суверенитета. Источники суверенитета. Принципы государственного суверенитета: единство и неделимость территории, неприкосновенность государственных границ, невмешательство во внутренние дела. Внутренний и внешний суверенитет. Концепция суверенного равенства.</p>
5	Государство и его признаки	<p>Основные концепции происхождения государства: теократическая, патриархальная, договорная, «теория завоевания», психологическая, социально-экономическая, юридическая. Основные признаки и элементы государства. Формы правления. Конституционная и абсолютная монархия. Республика. Прези-</p>

		<p>дентская, парламентская, президентско- парламентская модель. Роль президента в парламентской республике, функции парламента в президентской республике. Формы государственного устройства. Унитарное и федеральное государство. Конфедерация. Объединение вокруг бывших монополий. Европейское содружество.</p> <p>Правовое государство: условия возникновения и характерные признаки. Проблема реализации идеала правового государства. Российская государственность и специфика ее правового обеспечения. Гражданское общество: сущность, происхождение, развитие. Основные теории. Правовое государство и гражданское общество. Проблема формирования гражданского общества в России: особенности становления.</p>
6	<p>Политическая система общества</p>	<p>Системный подход к определению власти. Понятие и пределы политической системы.</p> <p>Модели функционирования политических систем. Д. Истон, Г. Алмонд о политической системе. «Вход», «требования», «поддержка» и «выход» политической системы. Открытость политической системы. Взаимосвязь с окружающей средой. Понятие «роль» и «взаимодействие». К.Дойч. Современные подходы к анализу политической системы. Значение системного подхода в анализе политики.</p> <p>Структурные компоненты (подсистемы) политической системы. Политическая организация, политические отношения, политические и правовые нормы, политическое сознание, политическая культура как элементы политической системы. Институционализация и деинституционализация. Условия эффективности и стабильности политической системы. Функции политической системы.</p> <p>Типы политических систем: критерии типологизации. Классификация Г. Алмонда, Ж. Блонделя.</p> <p>Политический режим: определение, структура и признаки. Соотношение «политическая система» и «политический режим». Типология политических режимов. Тоталитарный, авторитарный и демократический политические режимы: сравнительная характеристика.</p> <p>Демократия как форма власти. Общие принципы демократии. Теории демократии. Плюралистическая демократия: сущность и общие черты. Сонсоциативная демократия. Прямая и представительная демократия: плюсы и минусы.</p>
7	<p>Политические идеологии</p>	<p>Политическая идеология: сущность, структура, функции. Этернизация. Внедрение политической идеологии через социальные институты. Уровни политической идеологии. Теоретико- концептуальный,</p>

		<p>программно- директивный, поведенческий. Концепции идеологии К. Маркса, К. Мангейма.</p> <p>Либерализм как политическая идеология. Протестантская этика - идейная предтеча либерализма. Классический либерализм: свобода конкуренции, ограничение вмешательства государства в экономику, господство закона. Идеи либерализма в учениях Д. Локка, Т. Гоббса, Ш. Л. Монтескье, Т. Джефферсона, Дж. С. Милля. США как пример наиболее полного воплощения идей классического либерализма. Кризис либерализма на рубеже XIX –XX вв. Неолиберализм. «Новый курс» Ф.Д. Рузвельта- переосмысление экономической и социальной роли государства. Современный неолиберализм.</p> <p>Консерватизм как политическая идеология. Усталость общества от революций как основа консерватизма. Основоположники консервативной идеологии: Э. Берк, Ж. де Местр, Л. де Бональд. Традиционализм. Приоритет преемственности над нововведениями. Неоконсерватизм. Политика Р. Рейгана и М. Тэтчер. Антиэтатизм- определяющая идейно- политическая установка неоконсерватизма.</p> <p>Социализм как политическая идеология. Специфика и эволюция идей социализма.. Утопический социализм. Т.Мор. Т. Кампанелла. Ш. Фурье. Марксизм. Тезис об обреченности капитализма, особой миссии пролетариата, всемирной революции. Марксизм в России. Ленинизм. В. Ульянов о возможности победы социалистической революции в одной стране. Социал- демократы. Эволюционный подход к борьбе за социализм. К. Каутский. Э. Бернштейн. Современное состояние социалистической идеологии.</p> <p>Фашизм. Исторические условия формирования национал- социалистической идеологии. Расизм и элитаризм как теоретическая основа. Вождизм. Идея сверхчеловека. экспансионизм во внешней политике. Фашистские режимы в Германии, Испании, Италии, Португалии: «жесткие» и «мягкие» формы фашизма. Идеология и практика фашизма в современных условиях.</p> <p>Политические идеологии в современной России: трудности формирования.</p>
8	<p>Политическая культура</p>	<p>Понятие политической культуры. Различные подходы к определению политической культуры. Политическая социализация и политическая культура. Системный и процессуальный характер политической культуры. Неразрывная связь политической культуры и человеческой субъективности.</p> <p>Структура политической культуры. Составные элементы политической культуры: политические традиции, нормы политической практики, идеи, концеп-</p>

		<p>ции и убеждения о взаимоотношениях между различными общественно-политическими институтами; ценностные ориентации и установки. Свойства составных элементов политической культуры.</p> <p>Политическое мировоззрение как один из основных элементов политической культуры. Политическое поведение как способ реализации политической культуры. Политическая активность и политическая пассивность. Функции политической культуры: идентификации, ориентации, адаптации, социализации, интеграции, коммуникации. Господствующая политическая культура, субкультуры, контркультуры.</p> <p>Различные подходы к типологии политической культуры: формационный подход (рабовладельческая, феодальная, капиталистическая, социалистическая); по социально-классовому признаку (крестьянская, пролетарская, мелкобуржуазная, буржуазная); по отношению к социальному прогрессу; по отношению к демократии и т.д. Характерные черты традиционной, авторитарной, тоталитарной, демократической политической культуры. Фрагментарный и интегрированный тип политической культуры. Характеристика патриархальной, подданнической политической культуры и гражданской культуры (культуры участия). Типология политических культур по Г. Алмонду.</p> <p>Специфика отношений между политической культурой и политической системой.</p> <p>Особенности и перспективы развития политической культуры современной России.</p>
9	Субъекты политики	<p>Понятие субъектов политики. Конструктивный и деструктивный характер деятельности субъекта политики. Основные виды субъектов политики.</p> <p>Понятие групп интересов. Функции групп интересов. Агрегация и артикуляция интересов. Информирование органов, принимающих политические и административные решения. Формирование политических элит, властных структур общества. Ресурсы влияния. Лоббизм. Группы интересов и политические партии.</p> <p>Типология групп интересов. Аномические и институциональные, одноцелевые и многоцелевые, неассоциативные и ассоциативные группы интересов. Предпринимательские союзы и объединения. Профсоюзы. Благотворительные фонды.</p> <p>Массовые демократические движения и международные организации: статус, формы, методы борьбы за реализацию своих интересов. Основные виды массовых демократических движений. Волонтаризм. Экологическое движение. Движение за альтернативный образ жизни. Молодежное и женское</p>

		<p>движение. Основные международные организации и их влияние на политические процессы мира.</p> <p>Понятие и черты политических элит. Место элиты в социально-политической стратификации общества. Основные теории элит: Г. Моска, В. Парето, Р. Михельс, М. Вебер, Р. Миллс. Происхождение элит. Открытый и закрытый типы политических элит. Виды элит: правящая и оппозиционная, высшая, средняя, административная. Проблема формирования квалифицированной элиты, ее своевременного качественного обновления. Социальная представительство элит. Функции элиты.</p> <p>Политическое лидерство и его роль в политической жизни. Многообразие определений лидерства в политической науке: Ж. Блондель, В. Кац, Л. Эддингер. Влияние исторических условий на формирование потребностей в политическом лидере определенного типа. Классификация политических лидеров. М. Вебер. Традиционное, рационально-легальное и харизматическое лидерство. Авторитарный и демократический лидер. Универсальный и ситуационный. Формальное и неформальное лидерство.</p>
10	Политические партии и их виды	<p>Политическая партия и ее основные признаки. Отличие партий от других общественно-политических движений и объединений граждан. Факторы и стадии партогенеза. Функции политической партии. Место и роль в политической системе общества. Типология политических партий.</p> <p>Партийные системы: критерии классификации. Институционализация политических партий. Однопартийные и многопартийные системы.</p> <p>Правовая регламентация деятельности партий (понятие, статус и роль в общественной жизни, порядок образования, принципы организационной структуры). Определение условий и рамок деятельности партий. Регулирование расходов партий на выборах.</p> <p>Партии и политические движения в современной России. Становление многопартийности.</p>
11	Избирательные системы	<p>Основные характеристики института выборов. Определение избирательного процесса. Основные исторические этапы развития избирательного процесса. Эволюция избирательного бюллетеня. Типология избирательных систем: мажоритарная, пропорциональная, смешанная.</p> <p>Принципы регламентации и организации избирательных кампаний. Требования к кандидатам на выборах. Выборы в Российской Федерации.</p>
12	Современные политические процессы в России и мире	<p>Мировой политический процесс. Понятие международных отношений. Субъекты мирового сообщества и их роль в международном политическом процессе. Особенности мирового политического процесса. Глобальные вызовы современной эпохи.</p>

	<p>Укрепление международной безопасности- доминанта международного политического процесса 80-90-х гг. XX в. Борьба с терроризмом- доминанта международного политического процесса нач. XXI в.</p> <p>Национально- государственные интересы России в новой геополитической ситуации. Геополитический статус России и модели мирового порядка. Биполярная антагонистическая модель. Однополюсная авторитарная модель. Разоружение и проблемы национальной безопасности России. Россия и Европейское Сообщество: трудности взаимоотношений и перспективы партнерства. Россия и НАТО. Россия и Азиатско-Тихоокеанский регион: реалии и перспективы.</p>
--	---

### 6. Выборная тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

- Тема 1. Политология как научная дисциплина
- Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли
- Тема 3. Политика как общественное явление
- Тема 4. Политическая власть
- Тема 5. Государство и его признаки
- Тема 6. Политическая система общества
- Тема 7. Политические идеологии
- Тема 8. Политическая культура
- Тема 9. Субъекты политики
- Тема 10. Политические партии и их виды
- Тема 11. Избирательные системы
- Тема 12. Современные политические процессы в России и мире

Выборная тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1.	Тема 1. Политология как научная дисциплина	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика предмета политологии.</li> <li>2. Место политологии в системе социально-гуманитарного знания.</li> <li>3. Основные методы политических исследований.</li> <li>4. Основные политические науки.</li> </ol>
2.	Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Политическая мысль Древнего Востока.</li> <li>2. Политическая мысль в эпоху античности.</li> <li>3. Политическая мысль в Средние века.</li> <li>4. Политическая мысль в эпоху Возрождения и в Новое время.</li> <li>5. Развитие политической мысли в России.</li> <li>6. Основные современные политические учения.</li> </ol>
3.	Тема 4. Политическая власть	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные подходы к определению понятия политической власти.</li> </ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Универсальные и специфические черты политической власти</li> <li>3. Типология политической власти.</li> <li>4. Легальность и легитимность политической власти.</li> <li>5. Понятие суверенной власти.</li> </ul>
4.	Тема 5. Государство и его признаки	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Различные подходы к определению понятия государства.</li> <li>2. Основные теории происхождения государства.</li> <li>3. Общие признаки государства.</li> <li>4. Внутренние и внешние функции государства.</li> <li>5. Формы государственного правления и их характеристики.</li> <li>6. Формы государственного территориального устройства и их характеристики.</li> </ul>
5.	Тема 6. Политическая система общества	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие политической системы.</li> <li>2. Основные теоретические подходы к анализу политической системы.</li> <li>3. Типология политических систем.</li> <li>4. Политические режимы и их характерные черты.</li> </ul>
6.	Тема 7. Политические идеологии	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Природа политической идеологии и ее предназначение.</li> <li>2. Либерализм как политическая идеология</li> <li>3. Консерватизм как политическая идеология</li> <li>4. Социализм как политическая идеология.</li> <li>5. Фашизм как политическая идеология.</li> <li>6. Другие значимые идейно-политические течения прошлого и современности: феминизм, анархизм, экологизм, коммунитаризм, антиглобализм и др.</li> </ul>
7.	Тема 8. Политическая культура	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и характерные черты политической культуры.</li> <li>2. Основные компоненты политической культуры.</li> <li>3. Определение, структура и функции политического сознания.</li> <li>4. Типология политических культур.</li> </ul>
8.	Тема 9. Субъекты политики	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие субъектов политики и их основные виды.</li> <li>2. Группы интересов как субъекты политики.</li> <li>3. Политические движения и организации как субъекты политики.</li> <li>4. Понятие и черты политических элит.</li> <li>5. Политическое лидерство и его роль в политической жизни.</li> <li>6. Политические партии как субъекты политики</li> </ul>
9.	Тема 12. Современные политические процессы в России и мире	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и субъекты мирового политического процесса.</li> <li>2. Глобальные вызовы и проблемы современности.</li> <li>3. Геополитический статус России в современном мире.</li> <li>4. Актуальные политические проблемы современной России.</li> </ul>

Выборная тематика самостоятельных работ:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Тематика самостоятельных работ
1.	Тема 1. Политология как научная дисциплина	<p>Используя рекомендованную литературу, подобрать не менее трёх определению политологии и проанализировать различные подходы к определению специфики предмета политической науки.</p> <p>Проанализировать основные методы политических исследований и представить результат в виде таблицы, содержащей следующие подпункты: «Метод», «История появления и развития», «Современные возможности применения», «Достоинства», «Недостатки».</p>
1.	Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли	<p>Подготовить индивидуальный доклад-презентацию, посвященный видному представителю политической мысли, внесшему вклад в становление и развитие политической науки. В докладе должны быть отражены основные биографические вехи, основные политические труды, содержание политических взглядов и разрабатываемых политических концепций, сделан общий вывод о вкладе данного исследователя в развития политической мысли.</p>
2.	Тема 3. Политика как общественное явление	<p>Ознакомьтесь с работой М. Вебера «Политика как призвание и профессия» и подготовьте ответы на следующие вопросы:</p> <p>Что следует понимать под политикой? Политика в широком и узком смысле.</p> <p>Что следует понимать под государством?</p> <p>Три типа оснований легитимности, их характерные черты.</p> <p>Личный штаб управления и средства установления его подчинения.</p> <p>Что М. Вебер понимает под «отделением» штаба управления от вещественных средств предприятия?</p> <p>Кого М. Вебер называет политиками «по случаю»?</p> <p>Кого М. Вебер называет политиками «по совместительству»?</p> <p>Способы реализации политики как профессии.</p> <p>Основные исторические типы «профессиональных политиков».</p> <p>Характеристика деятельности «профессиональных политиков» в Англии, США, Германии.</p> <p>Какими качествами, по мнению М. Вебера, должен обладать политик?</p> <p>Каково отношение между этикой и политикой?</p>
1.	Тема 4. Политическая власть	<p>Подготовьте эссе, посвященное раскрытию содержания одного из теоретических подходов к исследованию природы власти. В качестве рассматриваемых подходов могут быть выбраны следующие:</p> <p>Власть как подчинение (М. Вебер).</p> <p>Власть как символическое средство социальной коммуникации (Т. Парсонс, К. Дойч).</p>

		<p>Власть как сублимация подавленного влечения (З. Фрейд).</p> <p>Власть как способность достижения целей (Б. Рассел). Бихевиористская трактовка власти (Г. Лассуэлл).</p>
1.	Тема 5. Государство и его признаки	<p>1. В таблице проанализируйте основные формы политического правления и их характерные признаки. Приведите несколько на каждую выделенную форму правления.</p> <p>2. В таблице проанализируйте основные формы территориально-государственного устройства. Приведите несколько примеров на каждую выделенную форму территориально-государственного устройства.</p>
3.	Тема 6. Политическая система общества	<p>Политические режимы и их виды</p> <p>Подготовьте групповой доклад-презентацию, посвященный разбору одного из типов политического режима (тоталитарного, авторитарного, демократического). В докладе должны быть раскрыты политические, экономические, социальные и культурные признаки режима, этапы его установления, исторические примеры государств, сделан вывод о достоинствах и недостатках рассмотренного режима.</p>
4.	Тема 7. Политические идеологии	<p>1. Подготовьте групповой доклад-презентацию, посвященный одной из политических идеологий. В докладе должны быть раскрыты исторические предпосылки появления и становления выбранной идеологии, современные аспекты её состояния, сделан вывод о будущих перспективах её развития.</p>
2.	Тема 8. Политическая культура	<p>1. Используя рекомендованную литературу, подобрать и проанализировать не менее трех определений политической культуры.</p> <p>2. На основе рекомендованной литературы выделить основные элементы политической культуры и дать им краткую характеристику.</p>
3.	Тема 9. Субъекты политики	<p>Подготовить групповой доклад-презентацию, посвященный одному из современных политических движений. В докладе раскрыть исторические предпосылки оформления выбранного политического движения, его основные цели и задачи, современные направления деятельности, перспективы будущего развития.</p>
1.	Тема 10. Политические партии и их виды	<p>Разработать групповой проекта политической партии, ее названия, символики, устава и программы. Для выполнения задания необходимо ознакомиться с текстом Федерального закона от 11 июля 2001 г. N 95-ФЗ «О политических партиях», а также с уставами и программами парламентских партий современной России (дополнительно можно проанализировать уставы и программы непарламентских партий). Задание выполняется в группах (3-4 человека). Результат задания следует представить в виде доклада-презентации.</p> <p>План доклада-презентации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Название партии.</li> <li>2. Партийная символика.</li> </ol>

		<p>3. Структура партии.</p> <p>4. Устав партии.</p> <p>5. Партийная программа.</p>
2.	Тема 11. Избирательные системы	<p>На основе ознакомления с Конституцией РФ и Федеральным законом «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 N 67-ФЗ подготовить ответы на следующие вопросы:</p> <p>Принципы проведения в РФ выборов и референдума.</p> <p>Всеобщее избирательное право и право на участие в референдуме (кто имеет и не имеет право избирать и быть избранным).</p> <p>Порядок избрания Президента РФ и требования Конституции.</p> <p>Порядок избрания Государственной Думы и требования Конституции.</p> <p>Порядок проведения референдума в РФ.</p>
1.	Тема 12. Современные политические процессы в России и мире	<p>Подготовить групповой доклад-презентацию, посвященный одной из глобальных политических современности. В докладе необходимо отразить истоки возникновения выбранной проблемы, основные этапы её развития, современное состояние, а также сделать вывод о возможных мерах её преодоления.</p>

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Возможные формы оценочных средств по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Политология как научная дисциплина	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 2. Исторические этапы становления и развития политической мысли	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 3. Политическая власть	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 4. Государство и его признаки	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 5. Политическая система общества	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 6. Политические идеологии	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Возможные формы оценочных средств по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 7. Политическая культура	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 8. Субъекты политики	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.
Тема 9. Современные политические процессы в России и мире	УК-1, ПК-4	Опрос, контрольная работа, тест, доклад, разбор кейса.

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

### Тестирование (пример)

Тип задания	Текст вопроса	Варианты ответов	Правильные ответы													
SingleSelection	«Комплексная наука о политике во всех её проявлениях, интегрирующая и синтезирующая выводы других наук о политике и власти» это:	<table border="1"> <tr><td>политическая социология</td></tr> <tr><td>политическая психология</td></tr> <tr><td>политическая философия</td></tr> <tr><td>политология</td></tr> </table>	политическая социология	политическая психология	политическая философия	политология	4									
политическая социология																
политическая психология																
политическая философия																
политология																
SingleSelection	Среди других наук, исследующих политические отношения, своеобразие политологии заключается в том, что все социальные явления и процессы она рассматривает через феномен:	<table border="1"> <tr><td>политической партии</td></tr> <tr><td>социальных классов</td></tr> <tr><td>государства</td></tr> <tr><td>политической власти</td></tr> </table>	политической партии	социальных классов	государства	политической власти	4									
политической партии																
социальных классов																
государства																
политической власти																
SingleSelection	Важнейшими функциями политологии являются:	<table border="1"> <tr><td>теоретическая, эмпирическая, прикладная</td></tr> <tr><td>психологическая, системная, институциональная</td></tr> <tr><td>познавательная, прогностическая, теоретическая, политической социализации</td></tr> </table>	теоретическая, эмпирическая, прикладная	психологическая, системная, институциональная	познавательная, прогностическая, теоретическая, политической социализации	3										
теоретическая, эмпирическая, прикладная																
психологическая, системная, институциональная																
познавательная, прогностическая, теоретическая, политической социализации																
MultipleSelection	Категории политологии это	<table border="1"> <tr><td>культура;</td></tr> <tr><td>политические партии;</td></tr> <tr><td>лобби;</td></tr> <tr><td>государство;</td></tr> <tr><td>социализация;</td></tr> <tr><td>интересы и потребности;</td></tr> <tr><td>политическая система;</td></tr> <tr><td>политические идеологии;</td></tr> <tr><td>лидер и лидерство;</td></tr> <tr><td>политические элиты;</td></tr> <tr><td>политические режимы;</td></tr> <tr><td>политические технологии;</td></tr> <tr><td>нормы и ценности.</td></tr> </table>	культура;	политические партии;	лобби;	государство;	социализация;	интересы и потребности;	политическая система;	политические идеологии;	лидер и лидерство;	политические элиты;	политические режимы;	политические технологии;	нормы и ценности.	2,3,4,7,8,10,11,12
культура;																
политические партии;																
лобби;																
государство;																
социализация;																
интересы и потребности;																
политическая система;																
политические идеологии;																
лидер и лидерство;																
политические элиты;																
политические режимы;																
политические технологии;																
нормы и ценности.																
ShortAnswer	Рассмотрение политической сферы как целостной системы, обладающей сложной структурой, каждый элемент которой имеет определённое назначение и выполняет специфические функции, предполагает		Структурно-функциональный													

ShortAnswer	Рассматривать политические явления с точки зрения соответствия их нормам морали, справедливости, общего блага и предполагает выработку некоего идеала (идеального политического порядка) и оценку с позиций этого идеала реально существующих в обществе политических отношений требует метод		Ценностно-нормативный
ShortAnswer	На исследование политики с точки зрения возможности использования всего положительного в прошлом политическом опыте для решения актуальных современных проблем ориентирует метод		исторический
ShortAnswer	Взаимосвязь политики с другими сферами жизни, раскрывает социальную природу государства, власти, права и т.п., анализирует политику как сферу целенаправленных взаимодействий социальных групп, преследующих свои интересы, характер которых обусловлен социальными факторами выявляет метод		социологический
ShortAnswer	Требует не ограничиваться определением влияния на политику социальных факторов (уровня жизни, формы собственности, типа культуры и т.п.), а выявлять роль в политике инстинктов, устойчивых черт интеллекта, психики, национального характера, то есть родовых качеств человека как биосоциального существа метод		антропологический
ShortAnswer	Рассчитан на выявление и учёт иррациональных факторов политической деятельности, акцентирует внимание на субъективных механизмах политического поведения (побуждениях, желаниях, страстях и т.п.), с его помощью анализируются индивидуальные качества, черты характера, устойчивые психологические реакции, свойственные людям в процессе политической деятельности метод		Психологический; психологический анализ

### ***Контрольная работа (пример тем)***

1. Формирование представлений о политических изменениях.
2. Предпосылки необходимые для образования основ современного общества.
3. Основные методологические истоки теории модернизации.
4. Понятие переходного общества в процессе модернизации.

### ***Индивидуальное задание (пример тем докладов)***

**Подготовить на выбор сообщения на темы (возможные формы доклад, реферат, презентация) дополнительные темы докладов по дисциплине согласовываются с преподавателем:**

1. В. Вильсон и Ф. Гуднау – основоположники американской школы государственного администрирования
2. А. Файоль – классик французской школы административно-государственного управления.

3. Людвиг Эрхард – ученый и государственный деятель современной Германии
4. Развитие теории бюрократии во Франции в 1960-х-1970-х гг.
5. Мишель Крозье и его вклад в теорию бюрократии
6. Европейские теории бюрократии 1970-х-1980-х гг. о связи административной и политической деятельности
7. Теория бюрократии в США в 1920-х-1950-х гг.
8. Поведенческий подход и развитие теории бюрократии в США 1950-х гг.
9. Классическая школа и развитие теории бюрократии в трудах Т. Уайта
10. Классическая школа и развитие теории бюрократии в трудах А. Файоля
11. «Научный менеджмент» и его влияние на развитие теории бюрократии (Г. Форд, Ф. Тейлор)
12. Концепция бюрократии Л. Фон Мизеса
13. Критика концепции М. Вебера в 1960-х – 1970-х гг. 19. Развитие теории бюрократии в России в конце 1980-х – 1990-х гг.
14. Гражданское общество в политической системе, его институты.
15. Элвин Тоффлер – Концепция развития будущего современного общества.

### **8.3. Перечень вопросов для аттестации по дисциплине**

1. Политология как научная дисциплина.
2. Методы исследования и функции политологии.
3. Понятия - политика и политология, определение основные свойства.
4. Политическая мысль в эпоху античности.
5. Политическая мысль в Средние века, Возрождения и Нового времени основные этапы развития.
6. Политическая мысль в России.
7. Понятие и функции власти в политической науке.
8. Виды власти, свойства власти, проблема легитимности власти.
9. Сущность и основные теории происхождения государства.
10. Основные формы государственного правления.
11. Основные формы государственно-территориального устройства.
12. Правовое государство и гражданское общество.
13. Проблемы формирования гражданского общества в России.
14. Понятие и основные виды субъектов политики.
15. Группы интересов как субъекты политики.
16. Определение, виды и функции политических элит.
17. Понятие политического лидерства.
18. Политическая партия: сущность, типология, функции.
19. Основные типы партийных систем.
20. Основные типы избирательных систем.
21. Основные теоретические концепции политических систем.
22. Понятие и основные типы политических режимов: демократия, авторитаризм, тоталитаризм.
23. Политические идеологии.
24. Политическая культура и её основные элементы.
25. Социально-политическое развитие Российской Федерации в современном мире.

### **8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания**

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	87-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		67-87
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		51-66
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 50

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, перечень нормативных и правовых документов, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Зеленков, М. Ю. Политология: учебник / М. Ю. Зеленков. — 2-е изд., доп. и уточ. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2020. - 340 с. - ISBN 978-5-394-02889-2. - Текст: элек. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093224>– Режим доступа: по подписке.
2. Гаджиев, К. С. Политология: учебник / К. С. Гаджиев, Э. Н. Примова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 384 с. — (Высшее образование: Специалитет). - ISBN 978-5-

16-016547-9. - Текст: электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1178787> – Режим доступа: по подписке.

#### **Дополнительная литература**

1. Багдасарян, В. Э. Историческая политика : учебник / В.Э. Багдасарян, В.В. Бушуев. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 336 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1229517. - ISBN 978-5-16-016767-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1229517> – Режим доступа: по подписке.
2. Политология : учебник / под общ. ред. Я.А. Пляйса, С.В. Расторгуева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 414 с. - (Высшее образование: Специалитет). - ISBN 978-5-16-016548-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1178790>. – Режим доступа: по подписке.
3. Троненкова, О. М. Политология в схемах : краткий курс лекций / О. М. Троненкова. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 47 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1895973> – Режим доступа: по подписке.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным

лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»**  
**Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Практикум по графическому дизайну»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Струкова Елена Михайловна, ст. преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Практикум по графическому дизайну».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Практикум по графическому дизайну».

Цель дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Практикум по графическому дизайну» является развитие проектно-художественных способностей в процессе овладения студентами основ графической культуры, включающей формирование дизайнерского мышления и умений выполнять различные виды профессионально-графической деятельности, позволяющих управлять творчеством в процессе поиска и осуществления новых идей.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиа-производства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<b>Знать:</b> - основные принципы дизайна и его роль в развитии интегрированных коммуникаций, основы дизайна, характеристики и особенности прочтения визуальных текстов рекламы и связей с общественностью и их восприятия целевой аудиторией; - актуальные техники визуализации; <b>Уметь:</b> - ориентироваться в программном обеспечении; -использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении <b>Владеть:</b> - технологиями визуализации.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум по графическому дизайну» представляет собой дисциплину обязательной части блока дисциплин подготовки магистрантов по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах

ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Введение в предмет. Основная терминология.	Что такое дизайн. Определение графического дизайна. Функции дизайна. История дизайна.
2	Фирменный стиль и брендинг. Логотипы	Что такое айдентика. Ключевые особенности, формирующие основной посыл потребителю. Что такое логотип. Особенности создания логотипов. Удачные и неудачные примеры логотипов.
3	Цвет. Основы колористики. Цветовые модели.	Физика цвета. Составляющие цвета по системе Манселла. Теория цвета Иоханнеса Иттенна. Цвет в дизайне. Цветовые ассоциации. Виды цветовых моделей.
4	Композиция в дизайне.	Что такое композиция. Типы композиции. Приемы композиции. Правило третьей.
5	Растровая и векторная графика.	Особенности растровой и векторной графики. Преимущества и недостатки.
6	Типографика. Основные принципы. Леттеринг.	Что такое типографика. Определение шрифта и леттеринга. Основные элементы шрифта. Классификация шрифтов.
7	Основы верстки. Работа с текстом. Работа с модульной сеткой. Создание макета.	Верстка текста: основные правила. Что такое модульная сетка и в каких случаях ее используют. Элементы модульной сетки.
	Презентация продукта.	Ключевые особенности презентации

8	продукта. Составление презентации. Презентация по брендбуку
---	--

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1: Введение в предмет. Основная терминология.

Тема 2: Фирменный стиль и брендинг. Логотипы.

Тема 3: Цвет. Основы колористики. Цветовые модели.

Тема 4: Композиция в дизайне.

Тема 5: Растровая и векторная графика.

Тема 6: Типографика. Основные принципы. Леттеринг.

Тема 7: Основы верстки. Работа с текстом. Работа с модульной сеткой. Создание макета.

Тема 8: Презентация продукта. Презентация по брендбуку

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

*Тема 1:* Введение в предмет. Основная терминология.

*Вопросы для обсуждения:* Подготовить доклад на тему «Личность в графическом дизайне XX-XXI вв.» Доклад выполнить в форме презентации.

*Тема 2:* Фирменный стиль и брендинг. Логотипы.

*Вопросы для обсуждения:* Подготовить по три примера удачных и неудачных логотипов брендов (1 мировой, 1 российский, 1 региональный) с аргументацией. Оценить визуальную составляющую, выбор метафоры, простоту восприятия. Выполнить в форме презентации.

*Тема 3:* Цвет. Основы колористики.

*Вопросы для обсуждения:* выбрать по одному бренду и определить, как они работают с цветом в своей коммуникации с клиентом. Определить, какую смысловую нагрузку несет выбранный брендом цвет, исходя из особенностей цветовосприятия. Выполнить в форме презентации.

*Тема 4:* Композиция в дизайне.

*Вопросы для обсуждения:* Выбрать одну из работ художников в предлагаемом списке. Описать композицию в его работе по следующим категориям: форма объектов, пропорции, наличие фокусов внимания, наличие ритма, графические акценты, цветовое выделение, наличие контраста (формы, цвета, большого и малого, смысла), наличие/отсутствие рабочей контрформы). Выполнить в форме презентации.

Найти один рекламный плакат начала-середины 20 века, рекламирующий товары, услуги или с социальной рекламой. Объяснить приемы композиции. Какие из них актуальны, а какие уже устарели? Выполнить в форме презентации.

*Тема 5:* Типографика. Основные принципы. Леттеринг.

*Вопросы для обсуждения:* Выбрать по два примера удачного и неудачного использования брендом шрифтов. Выполнить в форме презентации.

*Тема 6:* Работа в графических редакторах.

*Вопросы для обсуждения:* Создать логотип и нейминг собственного предприятия. Аргументировать выбор визуальных образов, найденной формы, метафоры, нейминга.

Разработать фирменные цвета для собственного бренда. Аргументировать выбор. Представить использование выбранного цвета в любом промо-материале.

*Тема 7:* Работа в графическом фоторедакторе.

*Вопросы для обсуждения:* изучение основных приемов подготовки фотографического материала для его дальнейшего использования в изданиях (свето- и цветокоррекция, кадрирования, ретушь).

*Тема 8:* Основы верстки. Работа с текстом в графическом редакторе.

*Вопросы для обсуждения:* создать верстку рекламной продукции (статья, брошюра) собственного бренда.

*Тема 9:* Презентация продукта.

*Вопросы для обсуждения:* Составление презентации продукта.

Требования к *самостоятельной работе* студентов

Методические указания по организации внеаудиторной самостоятельной работы на занятии способствуют организации последовательного изучения материала, вынесенного на самостоятельное освоение в соответствии с учебным планом, программой учебной дисциплины/профессионального модуля и имеет такую структуру:

1. Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы.
2. Выполнение домашнего задания, предусматривающего выполнение упражнений, выдаваемых на практических занятиях по следующим темам:
  - Введение в предмет. Основная терминология.
  - Фирменный стиль и брендинг. Логотипы.
  - Цвет. Основы колористики. Цветовые модели.
  - Композиция в дизайне.
  - Растровая и векторная графика.
  - Типографика. Основные принципы. Леттеринг.
  - Основы верстки. Работа с текстом. Работа с модульной сеткой. Создание макета.
  - Презентация продукта. Презентация по брендбуку.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам

студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

### *Лекционные занятия.*

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### *Практические и семинарские занятия.*

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

### *Самостоятельная работа.*

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Введение в предмет. Основная терминология.	ОПК-6	Опрос
Фирменный стиль и брендинг. Логотипы	ОПК-6	Опрос, презентация
Цвет. Основы колористики. Цветовые модели.	ОПК-6	презентация
Композиция в дизайне.	ОПК-6	презентация
Растровая и векторная графи-	ОПК-6	Презентация, графическая работа

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
ка.		
Типографика. Основные принципы. Леттеринг.	ОПК-6	Презентация, графическая работа
Основы верстки. Работа с текстом. Работа с модульной сеткой. Создание макета.	ОПК-6	Презентация, графическая работа
Презентация продукта.	ОПК-6	Презентация, графическая работа

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

### 1. Доклад

*Цель задания*

Сбор и анализ информации на заданную тему.

*Алгоритм выполнения*

Обучающийся готовит доклад на заданную тему. Доклад оформляется в виде презентации согласно правилам, изученным в ходе лекционных занятий.

Презентация рассматривается на занятии. По завершении презентации в режиме свободной дискуссии обучающиеся совместно с преподавателям обсуждают полученную информацию.

### 2. Создание макетов рекламной продукции (возможна работах в малых группах).

*Цель задания*

Научиться выполнять различные виды графической деятельности, позволяющих управлять творчеством в процессе поиска и осуществления новых идей. Научиться работать над проектом.

*Алгоритм выполнения*

Обучающиеся делятся на группы. В качестве самостоятельной работы группам необходимо придумать бренд (нейминг, элементы фирменного стиля).

На практических занятиях обучающиеся в графических редакторах создают макеты определенной рекламной продукции для выбранных брендов на основе знаний, полученных на лекционных и практических занятиях.

## 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Что такое графический дизайн. Основные функции.
2. Виды дизайна.
3. Школы дизайна. Чем известен Вальтер Гропиус.
4. Направления в искусстве, повлиявшие на становление графического дизайна.
5. Чем бренд отличается от торговой марки.
6. Дать определение термину айдентика.
7. Основные разделы брендбука.
8. Что такое логотип и какие элементы в него могут входить.
9. Какие три основных цвета существуют, согласно теории Иоханнеса Иттенна.

10. Назовите три составляющих цвета по системе цвета Манселла.
11. Какие бывают цветовые модели.
12. Какие задачи помогает решить цвет в рекламе.
13. Дайте определение понятию типографика.
14. Какие основные виды шрифтов существуют. Назовите их отличия.
15. Что такое леттеринг.
16. Что такое композиция.
17. Виды композиции.
18. Назовите основное преимущество векторной графики.
19. Что такое модульная сетка. Основные функции.
20. Основные правила верстки текста.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низшего уровня уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительности		неудовлетворительно	не зачтено	Менее

ный	тельного уровня	творитель- но	чтено	55
-----	-----------------	------------------	-------	----

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Сайкин, Е. А. Основы дизайна : учебное пособие / Е. А. Сайкин. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2018. - 58 с. - ISBN 978-5-7782-3610-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1866283>. – Режим доступа: по подписке.
2. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с.: ISBN 978-5-9729-0217-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989613>. – Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная литература:

1. Арбатский, И. В. Шрифт и массмедиа : учебное пособие / И. В. Арбатский. - Красноярск : СФУ, 2015. - 270 с. - ISBN 978-5-7638-3358-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967091>. – Режим доступа: по подписке.
2. Кравченко, Л. В. Photoshop шаг за шагом. Практикум : учебное пособие / Л.В. Кравченко, С.И. Кравченко. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 136 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-519-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1735804>– Режим доступа: по подписке.
3. Кравчук, В.П. Типографика и художественно-техническое редактирование : учеб. наглядное пособие по направлению подготовки 54.03.01 (072500.62) «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / В.П. Кравчук. - Кемерово : Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2015. - 48 с. - ISBN 978-5-8154-0309-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048792>. – Режим доступа: по подписке.
4. Крылов, А. П. Фотомонтаж. Пособие для фотохудожников: Учебное пособие / Крылов А. П. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-905554-05-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/791374>. – Режим доступа: по подписке.
5. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0790-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041338>. – Режим доступа: по подписке.
6. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Текст] : учеб. пособие для вузов / Р. Ю. Овчинникова, 2010. - 238, [2] с.
7. Пендикова, И. Г. Графический дизайн: стилевая эволюция: Монография / И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева - Москва : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 160 с. - ISBN 978-5-9776-0373-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016754>. – Режим доступа: по подписке.
8. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы : учебное пособие / Р. И. Мокшанцев ; под ред. М. В. Удальцовой. - Москва : ИНФРА-М : Сиб. согл., 2019. - 232 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004777-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/987773>. – Режим доступа: по подписке.
9. Ткаченко, Г. И. Компьютерная графика: Учебное пособие / Ткаченко Г.И. - Таганрог:Южный федеральный университет, 2016. - 94 с.: ISBN 978-5-9275-2201-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/996346>. – Режим доступа: по подписке.

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение выс-  
шего образования «Балтийский федеральный университе  
имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Практикум по мультимедиа»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

**Калининград  
2024**

## **Лист согласования**

**Составитель:** Кровопуск Светлана Геннадьевна, старший преподаватель.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Основы мультимедийного производства».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

## 1. Наименование дисциплины: «Практикум по мультимедиа»

**Цель дисциплины:** сформировать у студентов представления о сущности и функциях современных мультимедиа-систем и технологий, а также способствовать овладению ими практическими навыками эффективного использования мультимедиа технологий в условиях решения практических задач, в частности при создании мультимедийного проекта.

### Основные задачи дисциплины:

1. Изучение основных принципов и законов создания мультимедийного проекта.
2. Освоение принципов режиссуры, построения кадра, сценарного мастерства при создании и монтаже мультимедийного проекта.
3. Освоение основных правил и законов монтажа.
4. Организация материала в общей структуре мультимедийного проекта.
5. Обучение базовым законам драматургии.
6. Обучение работе с компьютерными музыкальными и звуковыми программами, а также музыкальными технологиями, созданием звуковых композиций с нулевого уровня, научиться чувствовать и понимать музыку, ритм, музыкальные акценты, работать с эффектами при обработке звуковых мультимедийных проектов (файлов).

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<b>Знать:</b> - этапы проектирования мультимедийных продуктов; - виды, технологии и средства мультимедиа; - этапы проектирования мультимедиа-продукта, - типы мультимедийных файлов и инструменты мультимедиа. <b>Уметь:</b> - анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие; - создавать мультимедийные продукты; - обрабатывать аудио и видеoinформацию обосновывать правильность выбора средства обработки мультимедийной информации для решения практической и творческой задачи. <b>Владеть:</b> базовыми мультимедийными программами для создания аудио и видео контента.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части основной образовательной программы подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Основные понятия мультимедиа	Основные понятия мультимедиа. Что такое мультимедиа-технологии. Краткий экскурс в историю развития мультимедиа.
2.	Составляющие мультимедиа: текст, видео, анимация, звук	Текст в мультимедиа системах. Основные назначение текста и его параметры. Характеристики текстового потока.
3	Восприятие цвета. Основы света в кадре	Особенности восприятия цвета. Понятие цвета. Физиологические основы восприятия цвета. Виды света. Основы света в видеозаписи и при создании мультимедийного продукта.
4.	Виды графики. Компьютерная графика. Шрифты	Векторная и растровая графика. Понятие векторной и растровой графики. Многообразие форматов графических файлов. Типы компьютерной графики. Понятие раstra, пикселя.
5.	Основные понятия звука. Форматы звуковых файлов	Физические основы звука. Особенности восприятия звука. Виды звука. Возможность преобразования форматов. Физические основы сжатия звука. Типы алгоритмов сжатия.
6.	Программы монтажа звука. Основные средства и методы обработки звука. Дубляж	Обзор программ монтажа звука (звуковые редакторы). Интерфейс программы Audacity, Adobe Audition. Нормализация звука, подавление шумов, компрессия, эквализация. Основы режиссуры звука и закадрового дубляжа при создании мультимедийных проектов.

7.	Основы сценарного мастерства (кадр и план). Драматургия и режиссура видеоматериалов. Режиссура аудиовизуального производства	Основы раскадровки при создании сценария мультимедийного проекта. Кадр. Виды планов. Примеры рекламных сценариев
8.	Основы создания подкаста. Технологии обработки информации при создании мультимедийного проекта	Написание сценария, создание обложки подкаста, монтаж подкаста. Работа с текстом для мультимедийного проекта. Анализ типичных ошибок при работе с текстом при создании аудио сопровождения мультимедийного проекта.
9.	Юридическая «упаковка» мультимедийного проекта	Юридическая упаковка и сопровождение мультимедийного проекта в онлайн бизнесе.
10.	Коммуникационные технологии в продвижении мультимедийных проектов	Особенности продвижения мультимедийных проектов.

#### 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1. Основные понятия мультимедиа*

*Тема 2. Составляющие мультимедиа: текст, анимация, видео, звук*

*Тема 3. Восприятие цвета. Основы света в кадре*

*Тема 4. Виды графики. Компьютерная графика. Шрифты*

*Тема 5. Основные понятия звука. Форматы звуковых файлов*

*Тема 6. Программы монтажа звука. Основные средства и методы обработки звука. Дубляж*

*Тема 7. Основы сценарного мастерства (кадр и план). Драматургия и режиссура видеоматериалов. Режиссура аудиовизуального производства*

*Тема 8. Основы создания подкаста. Технологии обработки информации при создании мультимедийного проекта*

*Тема 9. Юридическая «упаковка» мультимедийного проекта*

*Тема 10. Коммуникационные технологии в продвижении мультимедийных проектов*

Рекомендуемый перечень тем *практических работ*:

№ п/п	Темы дисциплины	Продукты деятельности
1.	<i>Тема 1. Основные понятия мультимедиа</i>	<i>Разработанная презентация.</i>
2.	<i>Тема 2. Составляющие мультимедиа: текст, анимация, видео, звук</i>	<i>Разработанная презентация</i>
3.	<i>Тема 3. Восприятие цвета. Основы света в кадре</i>	<i>Разработанная презентация</i>

4	<i>Тема 4. Виды графики. Компьютерная графика. Шрифты</i>	<i>Разработанная презентация</i>
5.	<i>Тема 5. Основные понятия звука. Форматы звуковых файлов</i>	<i>Разработанная презентация</i>
6.	<i>Тема 6. Программы монтажа звука. Основные средства и методы обработки звука. Дубляж</i>	<i>Студент разрабатывает мультимедийный авторский проект(записывает его с помощью программ звукозаписи и осуществляет обработку звука и монтаж).</i>
7.	<i>Тема 7. Основы сценарного мастерства (кадр и план). Драматургия и режиссура видеоматериалов. Режиссура аудиовизуального произведения</i>	<i>Разработать и прописать рекламный сценарий для аудио и видеоролика</i>
8.	<i>Тема 8. Основы создания подкаста. Технологии обработки информации при создании мультимедийного проекта</i>	<i>Записать подкаст и смонтировать в программе монтажа звука. Создать подложку для подкаста.</i>
9.	<i>Тема 9. Юридическая «упаковка» мультимедийного проекта</i>	<i>Организовать поиск и изучение нормативных документов в области информационных технологий в СПС «Консультант плюс». Устный отчет.</i>
10.	<i>Тема 10. Коммуникационные технологии в продвижении мультимедийных проектов</i>	<i>Самостоятельное занятие будет построено в форме работы в группах. Студенты будут разделены на несколько команд, каждая из которых получает задание – разработать концепцию продвижения своего проекта. Слушатели выполняют задание, обсуждая в группе. После этого они готовят презентацию и представляют результаты работы перед аудиторией</i>

## **7. Методические рекомендации по видам занятий.**

### **Лекционные занятия**

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### **Практические и семинарские занятия**

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

### **Самостоятельная работа**

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Понятие мультимедиа технологии.	ОПК-6	Опрос, контрольная работа
Классификация и области применения мультимедиа приложений.	ОПК-6	Опрос.
Аппаратные средства мультимедиа технологии	ОПК-6	Презентация.
Текстовые файлы	ОПК-6	Опрос, контрольная работа.
Графические файлы	ОПК-6	Контрольная работа.
Звуковые файлы	ОПК-6	Контрольная работа. Творческий проект.
Работа с видео	ОПК-6	Контрольная работа. Творческий проект.
Этапы и технология создания мультимедиа продуктов	ОПК-6	Презентация.

### **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля. Содержание аудиторной работы по дисциплине. Примерные задания.**

Занятие №1

Основные понятия мультимедиа

#### Вопросы и задания

1. Понятие «мультимедиа». История развития мультимедиа. Средства мультимедиа технологии. Области применения. Классы систем мультимедиа.
2. Основные типы мультимедиа продуктов. Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока. Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов.

#### Занятие №2

Составляющие мультимедиа: текст, анимация, видео, звук .

#### Вопросы и задания

1. Специфика использования текста в мультимедиа продуктах. Типичные ошибки в написании текста для мультимедийных проектов.
2. Шрифты и их разделение по графической основе. Виды шрифтов и лицензий для использования шрифтов . Основные форматы текстовых файлов.
3. Физиологический аспект зрительного восприятия движения. Виды анимации. ПО для создания анимированных сцен.
4. Типы видеосигналов. Методы сжатия видеoinформации. ПО для Нелинейного видеомонтажа. Форматы видеофайлов.
5. Специфика использования звука в мультимедиа продуктах. Методы синтеза звука. Форматы звуковых файлов. MIDI. ПО для создания и обработки звука.

#### Занятие №3

Аппаратные средства мультимедиа.

#### Вопросы и задания

1. Стандарты мультимедиа персонального компьютера. Интерфейсы для подключения мультимедиаустройств, MIDI. Видеоплата. Звуковая плата. Акустические системы.
2. Шина AGP. Шины USB и FireWire. CD-ROM, CD-R и CD-RW. DVD-ROM. Устройства управления и указания. Цифровые фотоаппараты. Цифровое видео. Цифровое телевидение.
3. Средства виртуальной реальности. MIDI-клавиатуры. Портативные устройства мультимедиа.

#### Занятие №4 .

#### Вопросы и задания.

1. Подкаст-продукт мультимедийного производства. Основы создания подкаста. Концепция подкаста.  
Создание обложки подкаста с помощью ПО Canva.
2. Размещение рекламы в мультимедийном подкасте .  
Выбор хостинга для размещения подкаста.
3. Основы записи, работа с текстом и монтаж подкаста. Работа с голосом и интонацией .

#### Занятие № 5

#### Вопросы и задания.

1. Шрифты. Гарнитура.
2. История типографики.

3.Тенденции дизайна шрифтов. Лицензирование шрифтов. Право на шрифт.

#### Лекция № 6

Вопросы и задания.

- 1.Основные средства и методы обработки звука.Обзор программ монтажа звука.
- 2.Основы монтажа звука( Нормализация звука, подавление шумов, компрессия).
- 3.Основы режиссуры звука при создании мультимедийных проектов.

#### Лекция № 7

- 1.Основы видеомонтажа.
- 2.Основы интерфейса программы видеомонтажа «Adobe Premiere Pro». Компоновка , редактирование видеофрагмента, сборка и записи видеоролика.
3. Знакомство с системой. Изучение основ интерфейса программы и базовых принципов её работы
4. Разработка сценария для видеомонтажа
5. Технологические особенности программ компьютерного видеомонтажа

### **8.3.1 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по Дисциплине.**

Экзамен является формой оценки качества освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы по разделам дисциплины, демонстрирует сформированные навыки и компетенции. По результатам экзамена обучающемуся выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно» в соответствии с уровнем выполнения работ по каждой компетенции в соответствии с критериями.

Экзамен проводится по билетам с двумя вопросами:

- 1) Теоретический вопрос.
- 2) Представление творческого проекта (мультимедийные продукты – результаты лабораторных (практических работ).

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

*Примерный перечень вопросов к экзамену:*

1. Базовые информационные технологии. Мультимедиа: понятие. Основные характерные особенности мультимедиа-технологий.
2. Характеристики аппаратных и программных средств. Основные направления использования мультимедиа-технологий. иные особенности мультимедиа-технологий.
3. Основные принципы создания электронных мультимедиа-продуктов.
4. Критерии оценки мультимедийных продуктов.
5. Этапы разработки мультимедийного продукта.
6. Общие правила создания текстов для эффективного восприятия. Основные психологические закономерности восприятия цвета.
7. Шрифты. Типы шрифтов. Психологические ассоциации, вызываемые различными шрифтами. Лицензии в типографике.
- 8.Сценарий мультимедийного проекта .Кадр и виды планов.
- 9.Звук.Характеристика звука. Теория звука.

10. Свет в фото и видео. Виды света. Баланс белого.
11. Подкаст понятие и его структура. Этапы написания сценария подкаста.
12. Понятие цвета. Характеристики.
13. Акустика. Принципы акустики в мультимедиа.
14. Основы монтажа по Соколову.
15. Понятие об инфографике. Правила и приемы создания инфографики: точка фокуса, правило одного взгляда, метафоры, срезы, эстетичность, повторы и стиль, логика и история в картинках.
16. Этапы создания инфографики. Обзор примеров и программ для создания инфографики.
17. Особенности векторного и растрового изображения. Форматы графических файлов, формат сканированных графических изображений. Цветовые модели.
18. Способы создания цифрового видеоизображения. Типы цифрового видео. Оборудование для создания видео.
19. Основные типы ПО для обработки видеоизображений. Кодеки и форматы.
20. Понятие акустики. Основы акустики и психоакустики.
21. Области применения мультимедиа приложений.
22. Приемы создания анимации разного типа. Понятие маски.
23. Аудиовизуальный контент и его трансформация в условиях новых цифровых технологий и их влияние на развитие выразительных средств экранного и мультимедийного производства.
24. Рынок анимации: от кино мультипликации к анимадок.
25. Основные этапы технологической цепочки создания аудиовизуального продукта.
26. Основные отличительные черты мультимедиа.
27. Характеристику линейного и нелинейного мультимедиа.
28. Основные понятия видеомонтажа. Оцифровка и захват видео.
29. Программа нелинейного видеомонтажа Adobe Premiere.
30. Характеристики видеосигнала - Количество кадров в секунду, телевизионные стандарты
31. Разрешение, соотношение сторон экрана. Битрейт или ширина видеопотока.
32. Принципы видеомонтажа.
33. Основы продвижения мультимедийного продукта. Выбор и характеристики площадок.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100

Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная литература**

1. Современные мультимедийные информационные технологии : учебное пособие по дисциплине «Информатика», для студентов первого курса специальностей 10.03.01 и 10.05.02. / А. П. Алексеев, А. Р. Ванютин, И. А. Королькова [и др.]. - Москва : СОЛОН-Пресс, 2020. - 108 с. - ISBN 978-5-91359-219-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1858804>. – Режим доступа: по подписке.

#### **Дополнительная литература**

1. Елена Гринь: Авторские права на мультимедийный продукт. Гринь Е.С Монография. Москва, Проспект, 2013.

2. Мишова, В.В. Мультимедийные технологии : практикум для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность», профиль «Технология автоматизированных библиотечно-информационных систем», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / В.В. Мишова. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-8154-0374-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041694>. – Режим доступа: по подписке.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы

- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (медиа-класс). Аудитория на 20 рабочих мест для проведения лекционных и практических (лабораторных) занятий, оснащена следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное проекционное и акустическое оборудование, принтер, персональные компьютеры.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Проектирование визуальной коммуникации»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

2024

## Лист согласования

**Составитель:** Душутин Н.Н., доцент.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Проектирование визуальной коммуникации».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Проектирование визуальной коммуникации»

**Цель** — научиться ориентироваться в стилях и тенденциях актуального искусства; определить саму суть и смысл актуального искусства, его отличия и сходства с определением «современное искусство»; изучение различных мультимедийных технологий, как компонента актуального искусства; изучение психологического влияния мультимедийных технологий на человека с целью усиления образности проекта, создание совершенно нового видения искусства.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.3 Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<b>Знать:</b> методы и основные приемы проектирования визуальной коммуникации; основные этапы создания рекламного продукта; методики разработки креативных идей; <b>Уметь:</b> формулировать цели и ставить задачи в рамках прикладных творческих задач в сфере рекламы; определять целевую аудиторию и маркетинговую ситуацию; анализировать и рационально выбирать средства распространения рекламы; разрабатывать креативную идею, <b>Владеть:</b> умением выбирать выразительные и художественно-образительные средства для разработки рекламного продукта, соответствующего целям и задачам проекта; умением определять целевую аудиторию и составлять план мероприятий, исходя из характеристик аудитории.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Проектирование визуальной коммуникации» представляет собой дисциплину обязательной части учебного плана.

#### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Невербальная коммуникация. Основы межкультурной коммуникации. Определение коммуникативного дизайна.	Учебные задачи: вербальная и невербальная коммуникация, условия коммуникативного процесса, кодирование и декодирование различных типов сигналов, основные виды невербальной коммуникации, межкультурная коммуникация, эмпатия и сценарный метод при разработке систем визуальной коммуникации.
2	Тема 2. Системы навигации. Базовые принципы	Учебные задачи: базовые принципы навигации, способы ориентирования, кодирование информации, принятие решения о выборе маршрута, мониторинг маршрута, узнавание места назначения, точка входа, точки обзора, минимальные барьеры и др.
3	Тема 3. Ориентация в городской среде и средства ее обеспечения.	Учебные задачи: проблемы ориентации в городской среде, основные аспекты ориентации (ценностный, социо-культурный, деятельностный, исторический), семантический строй городской среды, историография способов ориентирования и планировки городского пространства, визуальные и невидимые факторы ориентирования, системы ориентирующей визуальной коммуникации
4	Тема 4. Системы визуальной коммуникации	Учебные задачи: системы ориентирующей графики для транспортных систем, системы ОРВК для Парижского

	для транспортных систем. Железнодорожная сеть и метрополитен.	метро, Нью-Йоркского метро, Бостонской транспортной сети, Берлинской транспортной сети, Лондонского метро
5	Тема 5. Графический знак в системах ориентирующей визуальной коммуникации.	Учебные задачи: роль графического знака в системах ориентирующей визуальной коммуникации, проблемы кодирования различных типов сообщений, проблемы работы с контекстом городской среды, стилистическое единство знаков в системе визуальной коммуникации, стилизация форм с сохранением узнаваемости, носители ориентирующей графики, системы визуальной коммуникации для сложноструктурных временных мероприятий в городской среде
6	Тема 6. Единая система визуальной коммуникации для Олимпийских игр.	Учебные задачи: системы ОРВК для олимпийских игр как пример работы с внедрением сложноструктурной системы визуальной коммуникации в городское пространство, возникающие проблемы и способы их решения, особенности дизайнерского решения ОРВК для Олимпийских игр Мехико-68, Мюнхен-72, Лос-Анджелес-84
7	Тема 7. Суперграфика – движение 60-х.	Учебные задачи: определение суперграфики и суперграфизма, география распространения явления, оптические иллюзии и «деконструкция» стен, конкретные примеры и условия применения суперграфики в работах Паулы Шер, Деборы Сюиссман, Жана-Филиппа Ленкло, Барбары Стауффахер Соломон, Питера Мёрдока, Мораг Майерско, Фукуды Шигео.
8	Тема 8. Эргономика. Основные эргономические показатели.	Учебные задачи: определение понятия эргономика, эргономические требования, эргономические факторы, эргономические свойства, этапы проектирования с учетом эргономических требований, освещение как эргономический фактор, роль цвета в жизнедеятельности человека, антропометрические эргономические характеристики
9	Тема 9. Физиология зрительного восприятия.	Учебные задачи: активность глаза, поле ясного видения, саккады, автоматия саккад, конвергенция и дивергенция, компенсаторные движения, адаптация, различия в циклах саккад для различных нервных типов личности (сангвиник, холерик и др.) и для различных ситуаций, при оценке объектов различной конфигурации, удаленности и др.
10	Тема 10. Эргономика восприятия средовых объектов и систем. Гештальт-принципы.	Учебные задачи: комплексы ощущений, объект (в восприятии) как целостность ощущений, стратегии понимания механизма восприятия («сверху-вниз», «снизу-вверх»), этапы информационного взаимодействия «человек-объект», гомогенная и агрессивные среды, определение гештальта, гештальтпсихология, основные понятия гештальта
11	Тема 11. Перцептивные стереотипы, паттерны.	Учебные задачи: абстрактные представления в памяти человека, формирование перцептивных стереотипов, условия их формирования и их влияние на непосредственный чувственный опыт, формирование целостного ментального образа, определение паттерна, обращение к паттернам, сравнение с эталоном, подетальный анализ, опознание по прототипу
12	Тема 12. Способы кодирования визуальной информации.	Учебные задачи: способы кодирования информации, типы кодирования и приоритетность их использования в различных контекстах, мера абстрактности, длина алфавита для

		каждого визуального языка, и отображаемые каждым алфавитом характеристики
--	--	---

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1. Цели и задачи курса. Знакомство со структурой курса. Краткий экскурс по Тема 1. Невербальная коммуникация. Основы межкультурной коммуникации. Определение коммуникативного дизайна.

Тема 2. Системы навигации. Базовые принципы

Тема 3. Ориентация в городской среде и средства ее обеспечения.

Тема 4. Системы визуальной коммуникации для транспортных систем. Железнодорожная сеть и метрополитен.

Тема 5. Графический знак в системах ориентирующей визуальной коммуникации.

Тема 6. Единая система визуальной коммуникации для Олимпийских игр.

Тема 7. Суперграфика – движение 60-х.

Тема 8. Эргономика. Основные эргономические показатели.

Тема 9. Физиология зрительного восприятия.

Тема 10. Эргономика восприятия средовых объектов и систем. Гештальт-принципы.

Тема 11. Перцептивные стереотипы, паттерны.

Тема 12. Способы кодирования визуальной информации.

### Требования к самостоятельной работе студентов

Выполнение домашнего задания, предусматривающего решение задач, выполнение упражнений, выдаваемых на практических: Невербальная коммуникация. Основы межкультурной коммуникации. Определение коммуникативного дизайна; Системы навигации. Базовые принципы; Ориентация в городской среде и средства ее обеспечения; Системы визуальной коммуникации для транспортных систем. Железнодорожная сеть и метрополитен; Графический знак в системах ориентирующей визуальной коммуникации; Единая система визуальной коммуникации для Олимпийских игр; Суперграфика – движение 60-х; Эргономика. Основные эргономические показатели; Физиология зрительного восприятия; Эргономика восприятия средовых объектов и систем. Гештальт-принципы; Перцептивные стереотипы, паттерны; Способы кодирования визуальной информации.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и

(или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Невербальная коммуникация. Основы межкультурной коммуникации. Определение коммуникативного дизайна.	ОПК-6	- тестирование
Тема 2. Системы навигации. Базовые принципы		- тестирование

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 3. Ориентация в городской среде и средства ее обеспечения.		- тестирование - выполнение проектной работы - выполнение курсового проекта
Тема 4. Системы визуальной коммуникации для транспортных систем. Железнодорожная сеть и метрополитен.		- тестирование - выполнение проектной работы - выполнение курсового проекта
Тема 5. Графический знак в системах ориентирующей визуальной коммуникации.		- тестирование
Тема 6. Единая система визуальной коммуникации для Олимпийских игр.		- тестирование
Тема 7. Суперграфика – движение 60-х.		- тестирование
Тема 8. Эргономика. Основные эргономические показатели.		- тестирование
Тема 9. Физиология зрительного восприятия.		- тестирование
Тема 10. Эргономика восприятия средовых объектов и систем. Гештальт-принципы.		- тестирование
Тема 11. Перцептивные стереотипы, паттерны.		- тестирование
Тема 12. Способы кодирования визуальной информации.		- тестирование

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

*Примерные вопросы к тестированию:*

**К теме 1: Невербальная коммуникация. Основы межкультурной коммуникации. Определение коммуникативного дизайна.**

Вопрос 1: Что такое "невербальная коммуникация"?

Ответ: Невербальная коммуникация – это общение, обмен информацией без помощи слов. Это жесты, мимика, различные сигнальные и знаковые системы.

Вопрос 2: Дайте определение понятию “межкультурная коммуникация”

Ответ: Межкультурная коммуникация - это связь, контакт, коммуникация между представителями различных культур, когда отправитель и получатель сообщения осознают свою принадлежность к различным культурным традициям, и стараются учитывать эти знания в процессе коммуникации.

Вопрос 3: Что такое визуальные коммуникации?

Ответ: Визуальные коммуникации — коммуникации (передача информации) посредством *визуального языка* (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики...) с одной стороны и *визуального восприятия* (органов зрения, психологии восприятия...) с другой.

Вопрос 4: Невербальная коммуникация включает в себя пять подсистем. Какие? Укажите.

- а)пространственная подсистема (межличностное пространство)
- б)взгляд
- в)оптико-кинетическая подсистема
- г)паралингвистическая или околоречевая подсистема
- д)экстралингвистическая или внеречевая подсистема
- е)парапсихологическая подсистема
- ж)смех
- з)голос

Ответ: а,б,в,г,д

Вопрос 5: Оптико-кинетическая подсистема включает в себя: (выбрать верные варианты)

- а)внешний вид собеседника
- б)мимика (выражение лица)
- в)пантомимика (позы и жесты)
- г)кинестетика
- д)национальная принадлежность

Ответ: а,б,в

## **К теме 2: Системы навигации. Базовые принципы.**

Вопрос 1: ОРВК - расшифруйте аббревиатуру.

Ответ: Ориентирующая Визуальная Коммуникация

Вопрос 2: Что такое "кодирование сигнала" для ОРВК?

Ответ: Кодирование сигнала для ОРВК - это процесс создания символа дизайнером, когда он “кодирует” вербальное сообщение посредством визуального образа. В этом случае дизайнер выступает отправителем сообщения.

Вопрос 8: Что такое “декодирование сигнала” для ОРВК?

Ответ: Декодирование сигнала - это процесс распознавания визуального сообщения зрителем, или, иначе говоря, получателем сообщения.

Вопрос 3: Что такое “точка входа”?

Ответ: Точка входа - это место на карте, с которого начинается процесс визуальной коммуникации для ограниченной территории (например, зоопарк, парк, стадион). В случае

размещения системы визуальной коммуникации на открытом пространстве эта точка может быть привязана к местам наибольшего скопления пешеходов (площадь, рынок), транспортным узлам (вокзал, станция, остановка). Для замкнутых пространств, где система визуальной коммуникации тематически обусловлена, привязана к данному месту и его границам, точка входа совпадает с входом на данную территорию: система визуальной коммуникации начинает “разворачиваться” по ходу движения от входа в зоопарк, парк и т.п.

Вопрос 4: Что такое "сценарный метод" при разработке системы визуальной коммуникации?

Ответ: Сценарный метод - это один из возможных методов предпроектного исследования для создания дизайнером системы визуальной коммуникации. Метод предполагает выстраивание ментального образа выбранного участка пространства и всех типов взаимодействия, коммуникаций в данном пространстве до разработки проекта и после вынесения проекта в среду города либо интерьер (в ходе выстраивания сценария для городской среды учитывается интенсивность пешеходной проходимости данного участка пространства, транспортный поток, наличие других визуальных и шумовых сигналов и иные эргономические показатели (освещенность, например).

### **К теме 3: Ориентация в городской среде и средства ее обеспечения.**

Вопрос 1: Перечислите факторы, влияющие на скорость и простоту освоения городской среды.

- а) культурная модель города
- б) особенности его функционирования
- в) формы проявления городской жизни
- г) особенности повседневного “пользования” городом
- д) характер его визуально-пространственной структуры

Ответ: а,б,в,г,д

Вопрос 2: Назовите автора книги “Образ города”, который разработал трактовку города как социального конструкта?

- а) В.Кандинский
- б) С.Волковой
- в) В.Глазычев
- г) А.Иконников
- д) К.Линч
- е) Ж.Ф.Лекло

Ответ: д.

Вопрос 3: Что такое “визуальный шум” в городской среде?

Ответ: Визуальный шум - это то множество визуальных сигналов, которое присутствует в среде современного города, что создает агрессивную среду, в которой каждое визуальное сообщение трудно считывается получателем (зрителем). Понятие визуальный шум тесно связано с понятием видеоэкология.

Вопрос 4: Что такое видеоэкология?

Ответ: Видеоэкология - это раздел науки об особенностях среды, в котором изучается взаимодействие различных визуальных сигналов в пространстве и влияние объектов в среде

на визуальное восприятие человека. Основные вопросы видеоэкологии: особенности зрительного восприятия, влияние различных типов визуальных сигналов, типизация сред (агрессивная, гомогенная) Основная задача видеоэкологии: выработка возможных требований к специалистам различных специальностей для организации комфортной для визуального восприятия среды с учетом основных типов объектов, присутствующих в городской среде, эргономических показателей и типа ландшафта.

#### **К теме 4: Системы визуальной коммуникации для транспортных систем. (железнодорожная сеть и метрополитен)**

Вопрос 1: Кто впервые применил цветовое кодирование линий метро?

- а) Генри Бек
- б) Эрик Шпикерман
- в) Эрик Гилл

Ответ: а.

Вопрос 2: Опишите какими качествами должен обладать шрифт, предназначенный для создания системы визуальной коммуникации транспортного узла.

Ответ: Шрифт, предназначенный для создания системы визуальной коммуникации транспортного узла должен обладать следующими параметрами: различимость, удобочитаемость, символы шрифта максимально приближены к строению глифов (скелету каждой буквы); основную функциональную нагрузку несут заглавные буквы, поэтому при построении такого шрифта большое значение уделяется кернинговым парам. Как правило - это шрифты группы гротесков.

Вопрос 3: Назовите наиболее известные шрифты, разработанные для систем визуальной коммуникации метрополитена.

Ответ: Gill Sans, Johnston, Underground

Вопрос 4: Перечислите известных дизайнеров, которые работали над созданием систем визуальной коммуникации метро?

Ответ: Эрик Гилл, Эрик Шпикерман, Массимо Виннели, Иван Чермаев

#### **К теме 5: Графический знак в системах ориентирующей визуальной коммуникации**

Вопрос 1: Назовите основные причины, по которой пиктографическое изображение выигрывает рядом с текстовой информацией?

- а) Языковые различия реципиентов
- б) Лаконичность
- в) Скорость считывания
- г) Доступность для реципиентов разных возрастов
- д) Различия в физических способностях
- е) Психо-физиологическое развитие реципиентов

Ответ: а,б,в,г

Вопрос 2: Перечислите основные требования, при соблюдении которых обеспечивается высокая скорость считывания знаков визуальной коммуникации?

- а) высота, на которой размещен знак
- б) освещенность

- в) тип контраста
- г) удобочитаемость шрифта
- д) масштаб знака

Ответ: а,б,в,г,д

Вопрос 3: Что такое "мусор на входе", если подразумевается работа дизайнера над созданием визуального сообщения?

Ответ: Т.н. "Мусор на входе" означает, что при создании визуального сообщения дизайнер не смог грамотно выбрать емкую визуальную формулу, либо старался закодировать в одном сообщении слишком большой объем вербальной информации, либо несколько дополняющих друг друга вербальных сообщения, что впоследствии привело к потере узнаваемости, невозможности декодирования созданного дизайнером визуального символа.

Вопрос 4: Что такое "знак-признак"?

Ответ: Знак-признак - это то же, что и знак-индекс. Знаки-признаки указывают на какой-либо признак объекта, (являются индексом объекта) по которому можно в воображении достроить образ целиком. Так, например, признаком присутствия человека в знаке может быть изображение чести его фигуры по пояс, лица либо руки. Признаком вида спорта в пиктограммах олимпийских игр может быть изображение стилизованного весла - для спортивной гребли, ракетки - для тенниса.

Вопрос 5: Что такое "знак-копия"?

Ответ: Знак-копия - это знак, в котором стилизованно изображен тот или иной объект, который и подразумевается, кодируется дизайнером как означаемое. Для знака-копии означаемое и означающее тождественны.

## **К теме 6: Единая система визуальных коммуникаций для Олимпийских игр.**

Вопрос 1: Каким образом дизайнер системы визуальной коммуникации может учитывать особенности межкультурной коммуникации в процессе работы над проектом (пример: оформление ОРВК для олимпиады)?

Ответ: В процессе создания системы визуальной коммуникации для международного мероприятия дизайнер учитывает, что он создает закодированные сигналы, сообщения, которые предназначены для последующего считывания, распознавания представителями различных культур. Это говорит о том, что созданные им образы в зависимости от степени стилизации могут быть по-разному трактованы. Дизайнер должен иметь общие представления о системах невербального общения, принятых у представителей других культур, а также стараться создать максимально узнаваемые и универсальные визуальные сообщения.

Вопрос 2: Опишите отличия в построении пиктограмм, разработанных командой Отля Айхера для Олимпиады Мюнхен-72 и пиктограмм, разработанных Николаем Белковым для Олимпиады Москва-80.

Ответ: Пиктограммы отличаются использованием различного градуса углов при построении диагоналей модульной сетки пиктограмм: в пиктограммах, разработанных командой Отля Айхера используются углы в 45 и 90 градусов, в то время как в пиктограммах Николая Белкова фигуры строятся по сетке с диагоналями под углом в 30, 60 и 90 градусов

Вопрос 3: Назовите дизайнеров, которым принадлежит ведущая роль в оформлении олимпийских игр в Мехико?

- а) Питер Мёрдок
- б) Ланс Вимэн
- в) Отто Айхер
- г) Барбара Стауфахер Соломон

Ответ: а,б

Вопрос 4: Дебора Сюиссманн и Павел Прейза работали над созданием облика олимпийских игр в (...)

- а) Лос-Анджелесе
- б) Вашингтоне
- в) Токио
- г) Мюнхене

Ответ: а

### **К теме 7: Суперграфика - движение 60-х.**

Вопрос 1: Определение “суперграфики”

Ответ: Суперграфика - термин, имеющий два значения: 1. увеличенные изображения простых геометрических символов, размещенные на фасадах зданий, а также в интерьерах; 2. движение в среде архитекторов, дизайнеров в 1960-х гг. 20 века, которое имело своей целью создание нового образа города, путем оптических иллюзий, визуальной трансформации стен зданий в интерьерах и экстерьерах; художники видели своей романтизированной целью создание нового образа пространства, не имеющего видимых границ, не подчиняющегося евклидовой геометрии

Вопрос 2: Укажите страны, для которых было характерно распространение суперграфики.

- а) Франция
- б) Япония
- в) США
- г) ФРГ
- д) ГДР
- е) СССР
- ж) Чехословакия

Ответ: а,б,в,г,д.

Вопрос 3: Какие образы наиболее характерны для суперграфики 60-х?

Ответ: Наиболее характерно изображение простых геометрических символов ( круги, квадраты, треугольники, звезды, кресты), полос, создающих оптические иллюзии, волн, отдельных символов алфавита.

4. Вопрос: Какая работа Барбары Стауффахер Соломон наиболее известна и почему?

Ответ: Наиболее известным проектом является графическое оформление стен интерьера т.н. калифорнийского ранчо (Sea Ranch), поскольку впервые был создан эффект тотального взаимодействия человека с пространством, трансформированном визуально с помощью оптической иллюзии ( использования графики контрастирующих цветов).

### **К теме 8: Эргономика. Основные эргономические показатели.**

Вопрос 1. Какие из перечисленных относятся к эргономическим требованиям? Укажите все подходящие варианты.

- а) социально-психологические
- б) психофизиологические
- в) психологические
- г) антропологические

Ответ: а,б,в,г.

Вопрос 2: Какие из перечисленных относятся к эргономическим факторам? Укажите все подходящие варианты.

- а) социально-психологические
- б) психофизиологические
- в) психологические
- г) антропологические

Ответ: а,б,в,г.

Вопрос 4: Что из перечисленного относится к подгруппам гигиенических факторов:

- а) микроклимат (состояние воздушной среды);
- б) освещенность (естественная и искусственная)
- в) вредные вещества (пары, газы)
- г) механические колебания (шум, ультразвук, вибрация)
- д) излучения (электромагнитные, инфракрасные, ультрафиолетовые, ионизирующие, радиационные)
- е) биологические агенты (микроорганизмы, макроорганизмы)

Ответ: а, б, в, г, д, е

Вопрос 5: Следующие фотометрические показатели используются при анализе освещенности ( укажите все правильные варианты) :

- А) световой поток, измеряемый в люменах
- Б) освещенность (количество света, падающего на поверхность объекта)
- В) яркость (психологическое ощущение светимости)

Ответ: а,б,в

### **К теме 9: Физиология зрительного восприятия**

Вопрос 1. Объем внимания определяется количеством объектов, которые человек может одновременно удерживать в поле внимания. Назовите верный интервал от среднего к максимальному показателям.

- а) 5-7
- б) 10-12
- в) 10-18

Ответ: а.

Вопрос 2. На устойчивость внимания влияет ( ..., ..., ... ) ( выберите все верные варианты)

- а) размер объекта
- б) сужение или расширение видимого поля
- в) динамичное либо статичное состояние объекта
- г) наличие предшествующей ознакомленности с объектом

Ответ. а, б, в,г.

Вопрос 3. Автоматия саккад - это (...). Дайте определение.

Ответ. Автоматия саккад - это безусловный неконтролируемый глазодвигательный рефлекс, благодаря которому происходит визуальное изучение объектов видимого мира в поле ясного зрения человека. Траектории саккад и число саккад в единицу времени могут различаться у людей разного темперамента, склада характера.

Вопрос 4. Основной вид движения глаза связан с поиском лучшего угла для помещения объекта в поле ясного видения. Верно ли данное утверждение?

- а) верно
- б) Только ковергентно-дивергентные
- в) Только компенсаторные

Ответ: а.

### **К теме 10: Эргономика восприятия средовых объектов и систем. Гештальт-принципы.**

Вопрос 1. Гомогенная среда- это ... Дайте определение.

Ответ. Гомогенная среда - это параметр среды ( ландшафта), который изучает видеоэкология. Характеризуется однородностью, отсутствием каких либо акцентов, монотонностью масштаба объектов в среде и цветографических характеристик.

Вопрос 2. Агрессивная среда - это (...). Опишите.

Ответ. Агрессивная среда - это термин из видеоэкологии. А.с. характеризуется наличием большого числа объектов, визуальных сигналов в поле зрения человека, которые по степени близости друг от друга, яркостным показателям, одномасштабности в сочетании с контрастностью (например, ряды окон в рядах типовой застройки) воспринимаются глазом человека как раздражители.

Вопрос 3 .Учет каких гештальт-принципов важен при разработке систем визуальной коммуникации?

Ответ: Важно учитывать принцип “фигура-фон”, “хорошая фигура”, принцип объединения одномасштабных элементов в смысловые группы ( также и по принципу цветового единства, и одинаковой формы).

Вопрос 4. При рассмотрении относительно простых геометрических фигур глаз выделяет в первую очередь (...)

- а) Острые углы
- б) Тупые углы
- в) Прямые углы
- г) Круги, дуги

Ответ: а.

#### **К теме 11: Перцептивные стереотипы, паттерны.**

Вопрос 1. Какие перцептивные стереотипы используются при кодировании информации на индикаторах различных устройств?

Ответ: кодировка цветом: зеленый, как положительный результат ( наличие топлива для транспортных средств, наличие зарядки, как сигнал стабильной работы, либо включения), и красный - как отрицательный результат ( отсутствие топлива, зарядки, подключения к сети и т.п.)

Вопрос 3. Что такое паттерн в психологии восприятия?

Ответ: Паттерн - это образец, шаблон чувственного восприятия мира, в т.ч. пространства, который вызывается из памяти в незнакомых человеку ситуациях. Паттерном может быть и образ планировки пространства.

Вопрос 2.Каким образом паттерны помогают при ориентировании в пространстве незнакомого города?

Ответ: существующие в сознании человека паттерны ( ментальные карты пространства) позволяют оценивать среду незнакомого города как одну из типических сред, выбирать в подсознании по определенным признакам одну из ментальных карт пространства и опираться на эти данные при ориентировании.

Вопрос 3.Для этого механизма восприятия важна особенная роль наблюдателя, его психологические, интеллектуальные и другие особенности личности.

- а)"Снизу-вверх"
- б)"Сверху-вниз"
- в) "Слева-направо"
- г)"Справа-налево"

Ответ: б.

#### **К теме 12: Способы кодирования визуальной информации.**

Вопрос 1. Человек способен различить в цветовом алфавите не более (...) цветовых тонов

- а)10-12
- б) 6-8
- в) 14-16

Ответ: а.

Вопрос 2. Введение цветовых оттенков, - параметра светлоты для каждого цветового кода (...)

- а) усложняет распознавание
- б) облегчает распознавание
- в) не влияет на распознавание

Ответ: а.

Вопрос 3. Для чего используется тип кодирования "ориентация линии в пространстве"?

Ответ: один из вариантов использования - индекс включения-выключения приборов.

Вопрос 4. Какой тип кодирования путей сообщения был впервые применен Генри Бекон?

Ответ: цветное кодирование линий метро.

### **Критерии и шкала оценивания:**

Каждый тест включает 20 тестовых заданий и оценивается по балльной системе.

Один верный ответ – 1 балл. Оценка *«отлично»* выставляется за 16 баллов и более; *«хорошо»* – 10-15 баллов; *«удовлетворительно»* – 6-9 баллов; *«неудовлетворительно»* – 0-5 баллов.

*Пример практической работы с последующим курсовым проектированием:*

#### *Практическая работа 1.*

*«Анализ системы навигации Южного вокзала города Калининграда. Разработка проектного решения обновленной системы навигации».*

#### *Методическая цель*

Проанализировать существующую систему навигации Южного вокзала города Калининграда; выявить существующие недостатки данной системы в процессе ее эксплуатации с точки зрения людей, имеющих различающиеся данные: возраст, рост, национальность, психофизиологические возможности; проследить последовательно от начального до конечного пункта все возможные целевые маршруты следования по территории вокзала и выявить, является ли система ориентации в каждом отдельном случае непрерывной и доступной; проанализировать, находится ли ОРВК в поле ясного видения для разных групп населения, отличающихся по вышеперечисленным параметрам; проанализировать, что является барьером для восприятия информации в каждом отдельном случае; проанализировать целостность художественно-графического решения; проанализировать имеющуюся ОРВК с точки зрения удобочитаемости и грамотности выбора контрастности и масштаба; проанализировать пиктограммы, имеющиеся на Южном вокзале с точки зрения легкости распознавания кодированного сообщения; проанализировать какой тип знакообразования использован для пиктограмм: иконический, абстрактный, символический, архетипический;

Представить самостоятельно разработанное художественно-графическое решение для ОРВК Южного вокзала, используя разработанные компанией AIGA символы, которые используются как принятый ГОСТ для пиктограмм транспортных узлов большинства зарубежных стран Западной Европы и в США. Представить самостоятельное цветное и композиционное решение ОРВК, с учетом интересов различных вышеперечисленных категорий пользователей; обратив особое внимание на удобочитаемость, масштаб, контраст, непрерывность сопровождения при целевом поиске, эстетическое воздействие.

#### *Учебная задача и содержание работы*

Учебная задача:

1. В сопровождении преподавателя проследить все возможные целевые маршруты следования по территории Южного вокзала.
2. Проанализировать непрерывность сопровождения пользователя на пути следования информационными указателями с учетом архитектуры здания, и имеющегося или отсутствующего визуального шума, имеющихся барьеров.
3. В сопровождении преподавателя проследить траекторию основного пассажиропотока, возможные целевые разветвления потоков в зависимости от различия в возникающих целях по прибытии поездов дальнего следования на перроны.
4. Проанализировать отдельно доступность основной информации при поиске выхода с перрона и выхода из здания вокзала для иностранных граждан.
5. В сопровождении преподавателя определить возникающие цели при выходе из здания вокзала и проанализировать имеющиеся носители информации на привокзальной площади, которые могли бы удовлетворить информационный запрос.
6. Проанализировать удобство расположения имеющихся на привокзальной площади носителей ориентирующей информации: указателей, информационных табло и др.
7. Проанализировать актуальность и лаконичность, доступность подачи сообщаемой информации на информационных стендах, содержащих карту города.
8. Проанализировать какая информация необходима гостю города о достопримечательностях на имеющейся карте города, а какая является необязательной.
9. Проанализировать стилистику подачи карты города, стилистику пиктографических сообщений с точки зрения целостности подачи, узнаваемости, выбора цветового кодирования.
10. Проанализировать стилистику и целостность художественно-графического решения ОРВК внутри здания Южного вокзала, оценить удобочитаемость, тип контраста, выбор масштаба в каждом отдельном случае.
11. Разработать собственное художественно-графическое решение ОРВК Южного вокзала, используя систему пиктографических символов, утвержденных как ГОСТ в странах Западной Европы, США, разработанных AIGA.

*Содержание проектной работы:*

1. Предпроектное исследование на объекте. Устный анализ системы ОРВК с задействованием сценарного метода исследования пространства.
2. Фотодокументация системы ОРВК Южного вокзала. (работа с преподавателем на объекте исследования)
3. Дискуссия, в ходе которой происходит анализ наблюдений магистров за системой ОРВК Южного вокзала, совместно с преподавателем разрешаются спорные моменты. (работа с преподавателем на объекте исследования).
4. Составление основных путей следования пассажиров в виде карты, состоящей из фотографий. Повторный уточняющий анализ различных проблем имеющейся ОРВК. (работа с преподавателем в аудитории)
5. Составление чертежа Южного вокзала с указанием точек размещения носителей ОРВК. (самостоятельная работа)

6. Сравнительный анализ существующей системы ОРВК Южного вокзала Калининграда с ОРВК транспортных узлов Западной Европы, США, Москвы. (самостоятельная работа. Проводится после лекционного занятия «Системы визуальной коммуникации для транспортных систем»).
7. Письменный анализ проблем ОРВК Южного вокзала. Выработка рекомендаций для улучшения ОРВК.
8. Самостоятельная проектная работа: разработка собственного художественно-графического решения ОРВК Южного вокзала, используя систему пиктографических символов, утвержденных как ГОСТ в странах Западной Европы, США, разработанных AIGA/

### *Общие требования*

1. Умение работать с источниками информации
2. Умение анализировать имеющийся визуально-графический материал во время занятия в городской среде, применяя опыт анализа целостности подачи фирменного стиля, полученный во время обучения на бакалавриате.
3. Умение оперировать новой терминологией, новыми теоретическими знаниями, полученными во время лекционных занятий по курсу «Коммуникативный дизайн» для представления письменного анализа ОРВК.
4. Умение применить практические навыки, полученные при изучении дисциплин «цветоведение», «проектирование», «основы проектной графики», и особенно при проектировании фирменного стиля для создания целостного образа ОРВК вокзала.
5. Умение оценить качественные изменения, улучшения системы ОРВК с позиций различных категорий граждан, отличающихся различными психо-физиологическими возможностями, национальностью, полом, возрастом и др. параметрами.
6. Умение убедительно презентовать самостоятельно разработанный проект, аргументировано доказав его преимущества.

### *Практическая работа 2.*

Разработка системы навигации для музея, крупного выставочного зала в открытой городской среде (рассматривается пример создания ОРВК от площади Василевского до выставочного зала «Кронпринц» Балтийского филиала Государственного Центра Современного Искусства в Калининграде).

### *Методическая цель*

Научиться проводить научно-исследовательскую работу в открытом городском пространстве; научиться анализировать городскую среду с точки зрения наполненности различными визуальными сигналами, визуальной информацией; научиться анализировать объекты в городской среде с точки зрения их доминирования в поле зрения наблюдателя по различным параметрам: яркость, цвет, форма, масштаб, материал, фактура; научиться выстраивать определенную логику для цикла объектов ориентирующей графики через единство формы, цвета, материала, фактуры, либо одного из данных параметров; научиться проектировать оригинальные носители для систем визуальной коммуникации, объединенные общей концепцией, которую легко сопоставить ассоциативно с профилем деятельности того или иного музея, выставочного зала;

Научиться учитывать при проектировании объектов, ориентированных для размещения в городской среде, такие важные факторы для последующей реализации проекта, как: климат (ветроустойчивость конструкций);

освещенность среды и объекта (вид объектов в дневное время, утренние и вечерние часы, ночью);

характер взаимодействия с объектом пользователя;  
безопасность конструкции для горожан, детей;  
антивандальность конструкций;  
длительность использования конструкций;  
срок службы рекомендуемых материалов;  
экономический фактор (приблизительные затраты на производство системы ОРВК).

Уметь оценить полученный результат (проект) самостоятельно с учетом дальнейшей практической реализации, опираясь на вышеперечисленные пункты.

Уметь распределять информацию по степени значимости и по времени «разворачивания» ее перед зрителем по мере приближения к выставочному залу, музею.

Проанализировать, что является основной информацией о музее, выставочном зале, а что является временной информацией. Научиться сочетать два этих типа информации.

Научиться выявлять в ходе мозгового штурма лучшие ассоциативные цепочки, которые будут являться нетривиальным толкованием деятельности музея либо выставочного зала.

Научиться воплощать идеи в художественно-графическом решении системы визуальной коммуникации, «переводя» начальные наброски в серию эскизов носителей ориентирующей информации.

Продолжить обучение с типографическим аспектом данного проекта, соподчиняя различные блоки визуальной информации, находя «главное» и «второстепенное» в каждой композиции, для каждого отдельного носителя информации.

Научиться определять шрифтовые гарнитуры, которые наиболее удобочитаемы в открытой городской среде для достижения удобочитаемости информации в каждом отдельном случае.

Научиться адаптировать навыки создания целостного визуального образа фирменного стиля какой-либо компании для создания систем визуальных коммуникаций в открытом городском пространстве; таким образом, транслируя навыки проектирования двухмерной графики, ориентированной на плоскость бумажного листа для создания средовой графики, целостного графического образа в трехмерном пространстве.

Научиться презентовать идею, применяя принцип показа каждого объекта в среде с помощью фотографий – «фотопривязка», отображая масштаб объекта, соблюдая ракурс, имитируя степень освещенности.

Научиться аргументировано защищать концепцию ОРВК с учетом эргономических показателей среды, эргономических свойств объектов – носителей информации, оригинальности идеи, соответствия идеи поставленной задаче, профилю музея, выставочного зала и других факторов.

#### *Учебная задача и содержание работы*

##### *Учебная задача.*

1. Определить в ходе предпроектного исследования в открытом городском пространстве характер среды, в которой предстоит размещать систему ОРВК: является ли она агрессивной или гомогенной.
2. Оценить среду с точки зрения различных эргономических показателей (пл. Василевского, Литовский вал г. Калининграда): уровень освещенности, шума, др. психофизиологические показатели, которые влияют на комфортность пребывания пешеходов в данном фрагменте городской среды.
3. Выявить в ходе предпроектного исследования распределение потоков транспорта и пешеходов в выбранном фрагменте городской среды
4. Определить характер окружающей среды с точки зрения визуального шума.

5. Выявить основные точки обзора, которые выбирает большинство пешеходов для данного фрагмента пространства (пл. Василевского)
6. Оценить удобство расположения и доступность информации уже имеющихся на площади указателей.
7. Оценить близость расположения дорожных знаков и указателей, оценить их яркостные характеристики на фоне городской среды.
8. В ходе предпроектного исследования в среде на основе выявленных используемых точек обзора выявить наиболее выгодные точки размещения объектов-носителей ориентирующей графики
9. Проанализировать возможность размещения объектов-носителей ориентирующей графики в ясном поле видения наблюдателей-пешеходов на разных уровнях от земли: на тротуаре горизонтально, на тротуаре с помощью установки дополнительных каркасных конструкций, в подвешенном состоянии по аналогии с рекламными носителями, т.н. «перетяжками», с возможностью задействования имеющихся опорных конструкций (фонарные столбы, стационарные ограждения), рассмотреть и обсудить возможные альтернативные варианты размещения.
10. Научиться рассматривать объекты ориентирующей графики не только как носители информации, но и как объекты-экспонаты, которые могут рассматриваться как абстрактные скульптурные формы. Научиться рассматривать их пластические характеристики в пространстве. Проектировать объекты с этой точки зрения, основываясь на компетенциях, полученных на курсе «Пластическое моделирование» бакалавриата.
11. Определить основные ассоциации, подходящие, соотносящиеся с профилем деятельности ГЦСИ (Государственного Центра Современного Искусства) в ходе мозгового штурма (аудиторное занятие).
12. Разработать возможные концепции дизайн-решения ОРВК в виде эскизов (не менее двух-трех концептуально разных подхода).
13. Разработать серию носителей ОРВК, используя графические редакторы на компьютере с учетом всех факторов, которые были проанализированы в ходе предпроектной работы.
14. Презентовать все разработанные носители по принципу «фотопривязки», представив дополнительно отдельно также их виды с другого ракурса, дополнив информацией о концепции данного решения.
15. Аргументировано доказать возможность и целесообразность реализации данного проекта в городской среде с учетом эргономических факторов среды, эргономических свойств объектов-носителей информации, экономической составляющей.
16. В ходе устного обсуждения научиться анализировать сильные и слабые стороны проектов, представленных другими магистрами потока.

#### *Содержание работы*

1. Предпроектное исследование (фотодокументация, оценка различных параметров среды, обсуждение на месте)
2. Изучение аналогов (работы магистров прежних лет, зарубежные и российские проекты, проекты ОРВК, разработанные для других целей в открытом городском пространстве, системы визуальной коммуникации для городских праздников, международных мероприятий). Самостоятельная работа.
3. Обсуждение аналогов
4. Изучение лекционного теоретического материала: темы «основные эргономические показатели», «системы визуальной коммуникации», «графический знак в открытом городском пространстве», «супеграфика», «визуальные коммуникации для транспортных узлов», «визуальные коммуникации для Олимпийских игр».
5. Мозговой штурм – определение векторов для поиска идей.

6. Составление индивидуальной карты ассоциаций каждым магистром отдельно по теме «современное искусство».
7. Коллективное составление карты ассоциаций по теме «современное искусство» - мозговой штурм. (работа в группах по 4 человека).
8. Представление фор-эскизов для основных трех концептуально разных подходов к решению основной задачи.
9. Доработка наиболее удачного концептуального решения. Отрисовка фор-эскизов всех носителей ОРВК.
10. Отрисовка выбранных преподавателем и уточненных фор-эскизов в графических редакторах Adobe Illustrator либо Corel Draw.
11. Отрисовка каждого объекта ОРВК в разных ракурсах, уточнение порядка размещения информации на каждом, композиционного, цветографического, типографического решения.
12. Создание т.н. «фотопривязок» с использованием фотографий выбранных точек в городском пространстве.
13. Размещение всех наработок на планшете с кратким описанием концепции.
14. Защита проекта перед комиссией либо презентация планшетов на выставке в аудиториях отделения «Дизайн» для последующей коллегиальной оценки комиссии (экзамен).

#### *Общие требования*

1. Умение работать с источниками информации
2. Умение анализировать имеющийся визуально-графический материал во время занятия в городской среде, применяя опыт анализа целостности подачи фирменного стиля, полученный во время обучения на бакалавриате.
3. Умение оперировать новой терминологией, новыми теоретическими знаниями, полученными во время лекционных занятий по курсу «Коммуникативный дизайн» для представления письменного анализа ОРВК.
4. Умение применить практические навыки, полученные при изучении дисциплин «цветоведение», «проектирование», «основы проектной графики», и особенно при проектировании фирменного стиля для создания целостного образа ОРВК вокзала.
5. Умение оценить качественные изменения, улучшения системы ОРВК с позиций различных категорий граждан, отличающихся различными психо-физиологическими возможностями, национальностью, полом, возрастом и др. параметрами.
6. Умение убедительно презентовать самостоятельно разработанный проект, аргументировано доказав его преимущества.

#### **Критерии и шкала оценивания:**

Оценка **«зачтено»** выставляется студенту, если практическая контрольная работа выполнена полностью в соответствии с поставленным заданием, с использованием всех методов и способов или одного из них, либо выполнена не полностью, но в соответствии с поставленным заданием;

Оценка **«не зачтено»** выставляется студенту, если практическая контрольная работа не выполнена. Оценка выставляется в журнале посещаемости студентов.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

Итоговой контроль по дисциплине складывается:

- выполнения тестовых заданий (зачтено/не зачтено);
- выполнение практических курсовых проектов (зачтено/не зачтено);
- просмотр выполненных практических работ.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

#### 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

##### Основная литература

Грибер, Ю. А. Теория цветового проектирования городского пространства: Монография / Грибер Ю.А. - Москва :Согласие, 2018. - 178 с.: ISBN 978-5-906709-90-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/978399>. – Режим доступа: по подписке.

## **Дополнительная литература**

1. Грибер, Ю. А. Цветовое поле города в истории европейской культуры: Монография / Грибер Ю.А. - Москва :Согласие, 2017. - 304 с. ISBN 978-5-906709-66-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/978406>. – Режим доступа: по подписке.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Балтийский федеральный университет  
имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Регионалистика»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: Геобрендинг и урбанистика**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024



## Лист согласования

**Составитель:** Часовский Владимир Иванович, д.г.н., профессор.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Регионалистика».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Регионалистика».

**Цель изучения дисциплины:** сформировать у студентов методологические основы в изучении территориальной организации хозяйственной жизни общества и на ее основе изучить принципы размещения населения и хозяйства в России и ее отдельных регионах, дать студентам совокупность знаний о становлении и развитии рыночных отношений для научного обоснования радикальных экономических реформ, происходящих в экономике, научить разрабатывать варианты стратегий развития территории и проекты территориальных брендов.

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

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
<i>УК-1-</i> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<i>УК-1.1-</i> Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход  <i>УК-1.2 -</i> Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	<b>Знать:</b> содержание проблемы, цель и задачи решения проблемы, общие закономерности взаимосвязи компонентов в системе, комплексный подход в решении проблемы. <b>Уметь:</b> выделять и критически анализировать проблемные ситуации в профессиональной деятельности. Оперативно вырабатывать стратегию действий, направленных на разрешение проблемных ситуаций. <b>Владеть:</b> свободно владеть навыками системного подхода и анализа. <b>Знать:</b> способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации. <b>Уметь:</b> применять базовые географические подходы и методы при проведении комплексных и отраслевых географических исследований на разных территориальных уровнях, анализировать географические и картографические сведения. <b>Владеть:</b> различными методиками работы при проведении научных исследований.
<i>ПК-4-</i> Способен управлять массовыми коммуникациями, а также внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности/региона, выстраивать	<i>ПК-4.1-</i> Находит и использует государственные программы по поддержке развития туристической привлекательности территорий.  <i>ПК-4.2-</i> Демонстрирует знания государственных стандартов к формированию туристских услуг.	<b>Знать:</b> названия и содержание основных государственных программ по поддержке развития туризма и методы создания туристической привлекательности территорий. <b>Уметь:</b> давать характеристику проблем развития туристской деятельности в регионе. <b>Владеть:</b> навыками анализа современного состояния и развития туризма в регионе.

<p>отношения между обществом, властью, бизнесом для повышения политической, социальной и экономической успешности региона</p>	<p><i>ПК-4.3-</i> Разрабатывает варианты стратегий развития территории и проекты территориальных брендов.</p>	<p><b>Знать:</b> содержание государственных стандартов к формированию туристских услуг.  <b>Уметь:</b> расставлять приоритеты в формировании туристских услуг в регионе.  <b>Владеть:</b> основами планирования и прогнозирования развития туристской деятельности в регионе.  <b>Знать:</b> суть основных стратегий развития территории и содержание проектов территориальных брендов.  <b>Уметь:</b> формировать положительный туристический имидж и бренд региона и страны, применяя слоганы как инструмент маркетинговой политики; разработкой региональных программ развития туристической сферы  <b>Владеть:</b> маркетинговой деятельностью, а именно: продвижением национального туристического продукта на отечественном и международном уровнях путем создания туристических сайтов в сети Интернет.</p>
---	---	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Регионалистика» представляет собой дисциплину Б1.В.ДВ.01.01 части блока дисциплин подготовки студентов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индиви-

дуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1: Регионалистика как наука и учебная дисциплина	Определение объекта и предмета региональной науки. Регионоведение и регионалистика в контексте основных научных парадигм обществознания. Категория «регион» в современном научном дискурсе. Параметризация категории «регион» в современных нарративных практиках. Поле политической и экономической регионалистики. Регионализация и региональная типология.
2	Тема 2: Становление регионалистики как науки	Эволюция регионоведения и регионалистики как науки. Методы региональных исследований. Анализ основных методологических подходов к моделированию региональных процессов.
3	Тема 3: Основные категории регионалистики	Региональное пространство. Региональное время. Граница как категория регионалистики.
4	Тема 4. Сущность и концепции региональной политики	Базовые концепции региональной политики. Методы и инструменты государственного регулирования развития регионов. Современные формы территориальной организации общества в России: кластеры, опорные зоны, территории опережающего социально-экономического развития и т.д.
5	Тема 5. Стратегическое планирование как инструмент обеспечение устойчивого развития регионов	Научно-методологические основы стратегического планирования территории. Система стратегического планирования Российской Федерации. Разработка и корректировка документов стратегического планирования на уровне целеполагания, прогнозирования, планирования и программирования.
6	Тема 6. Экономические детерминанты региональных структур	Современный экономический регионализм: теоретическое содержание. Региональная экономика как научно-теоретическая база осуществления региональной экономической политики. Конкурентные преимущества как стартовое условие регионального экономического развития.
7	Тема 7. Социокультурные составляющие регионального пространства.	Образ региона. Региональный дискурс. Информационное пространство региона. Теоретические аспекты идентичности: психологические и социальные концепции. Территориальная идентичность. Национализм как фактор региональной идентичности. Региональная идентичность: причины возникновения, основные маркеры и функции.

8	Тема 8. Территориальный маркетинг как стратегия развития региона	Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности. Понятие комплекса средств территориального маркетинга. Особенности территориального продукта как объекта маркетинга территорий. Ресурсы территории как фактор формирования стратегии территориального маркетинга. Виды маркетинговых стратегий территории. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга. Имидж и репутация территории как основа ее продвижения в конкурентной среде. Имидж как конкурентный ресурс территории. Брендинг территорий. PR-технологии и Media relations как инструмент создания и продвижения имиджа территории. Событийность как инструмент продвижения имиджа территории. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга. Маркетинг персонала как реализация территорией функции проживания. Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга. Опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления. Маркетинговые подходы к управлению территориями в зарубежных странах. Опыт внедрения территориального маркетинга в странах Западной Европы и Америки. Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития. Система позиционирования, продвижения, брендинга крупных городов России.
9	Тема 9. Трансграничное сотрудничество	Трансрегиональное сотрудничество: определение и смысловые границы понятия. Теоретические подходы к исследованию феномена трансграничного сотрудничества. Основные формы трансграничного сотрудничества: европейский и российский опыт.

## **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1: Регионалистика как наука и учебная дисциплина.

Тема 2: Становление регионалистики как науки.

Тема 3: Основные категории регионалистики.

Тема 4. Сущность и концепции региональной политики.

Тема 5. Стратегическое планирование как инструмент обеспечение устойчивого развития регионов.

- Тема 6. Экономические детерминанты региональных структур.  
Тема 7. Социокультурные составляющие регионального пространства.  
Тема 8. Территориальный маркетинг как стратегия развития региона.  
Тема 9. Трансграничное сотрудничество.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

*Тема 1: Регионалистика как наука и учебная дисциплина.*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Регионоведение и регионалистика в контексте основных научных парадигм обществознания. 2. Категория «регион» в современном научном дискурсе. 3. Параметризация категории «регион» в современных нарративных практиках. 4. Поле политической и экономической регионалистики. 5. Регионализация и региональная типология.

*Тема 2: Становление регионалистики как науки.*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Эволюция регионоведения и регионалистики как науки. 2. Методы региональных исследований. 3. Анализ основных методологических подходов к моделированию региональных процессов.

*Тема 3: Основные категории регионалистики.*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Региональное пространство. 2. Региональное время. 3. Граница как категория регионалистики.

*Тема 4. Сущность и концепции региональной политики.*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Базовые концепции региональной политики. 2. Методы и инструменты государственного регулирования развития регионов. 3. Современные формы территориальной организации общества в России: кластеры, опорные зоны, территории опережающего социально-экономического развития и т.д.

*Тема 5. Стратегическое планирование как инструмент обеспечения устойчивого развития регионов.*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Научно-методологические основы стратегического планирования территории. 2. Система стратегического планирования Российской Федерации. 3. Разработка и корректировка документов стратегического планирования на уровне целеполагания, прогнозирования, планирования и программирования.

*Тема 6. Экономические детерминанты региональных структур.*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Современный экономический регионализм: теоретическое содержание. 2. Региональная экономика как научно-теоретическая база осуществления региональной экономической политики. 3. Конкурентные преимущества как стартовое условие регионального экономического развития.

*Тема 7. Социокультурные составляющие регионального пространства.*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Образ региона. 2. Региональный дискурс. 3. Информационное пространство региона. 4. Теоретические аспекты идентичности: психологические и социальные концепции. 5. Территориальная идентичность. 6. Национализм как фактор региональной идентичности. 7. Региональная идентичность: причины возникновения, основные маркеры и функции.

*Тема 8. Территориальный маркетинг как стратегия развития региона*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы. 2. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности. 3. Понятие комплекса средств территориального маркетинга. 4. Особенности территориального продукта как объекта маркетинга территорий. 5. Ресурсы территории как фактор фор-

мирования стратегии территориального маркетинга. 6. Виды маркетинговых стратегий территории. 7. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга. 8. Имидж и репутация территории как основа ее продвижения в конкурентной среде. 9. Имидж как конкурентный ресурс территории. 10. Брендинг территорий. 11. Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития. 12. Система позиционирования, продвижения, брендинга крупных городов России.

*Тема 9. Трансграничное сотрудничество*

*Вопросы для обсуждения:* 1. Трансрегиональное сотрудничество: определение и смысловые границы понятия. 2. Теоретические подходы к исследованию феномена трансграничного сотрудничества. 3. Основные формы трансграничного сотрудничества: европейский и российский опыт.

Требования к самостоятельной работе студентов

Тема и количество часов	Задания для самостоятельной работы: подобрать и проработать литературу по предложенным темам, законспектировать основное содержание тем и представить к зачёту в виде доклада (реферата)
Тема 1: Регионалистика как наука и учебная дисциплина (8ч).	<i>Дифференциация и регионализация пространства.</i> 1. Соотношение регионалистики, страноведения и краеведения. 2. Подходы к определению понятия "регион". <i>Единицы геопространства.</i> 1. Классификация единиц. 2. Принципы организации пространства.
Тема 2. Становление регионалистики как науки (8ч).	1. Объект и предмет регионалистики. 2. Цели регионалистики. 3. Функции и задачи регионалистики. 4. Связь регионалистики с другими дисциплинами. 5. Типы регионалистики. 6. Формы территориальной организации хозяйства.
Тема 3. Основные категории регионалистики (10 ч)	1. Причины глобализации. 2. Подходы к вопросу глобализации и регионализации.
Тема 4. Сущность и концепции региональной политики (10 ч).	Основные положения теории экономического районирования территории. 1. Принципы экономического районирования и их характеристика. 2. Формирование и развитие экономических регионов.
Тема 5. Стратегическое планирование как инструмент обеспечение устойчивого развития регионов. (10 ч)	Региональная политика в условиях экономической реформы. Сущность региональной политики. Основные положения региональной политики в РФ. Основные направления региональной политики.
Тема 6. Экономические детерминанты региональных структур. (10 ч)	<i>Региональная структура хозяйства.</i> 1. Параметры региональной структуры хозяйства. 2. Формы региональной структуры и степени зрелости. Региональное развитие России. <i>Особенности регионального развития России.</i> 1 Подготовка к практическим занятиям 2. Самостоятельное изучение учебного материала. 2. Процессы регионализации в современной России.
Тема 7. Социокультурные составляющие регионального пространства. (10 ч)	Маркетинговые подходы к управлению территориями в зарубежных странах. Опыт внедрения территориального маркетинга в странах Западной Европы и Америки. Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития. Система позиционирования, продвижения, брендинга крупных городов России.

Тема 8. Территориальный маркетинг как стратегия развития региона. (10 ч)	Подготовить схемо-конспект по данным вопросам: Имидж как конкурентный ресурс территории. Брендинг территорий. PR-технологии и Media relations как инструмент создания и продвижения имиджа территории. Событийность как инструмент продвижения имиджа территории. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга. Маркетинг персонала как реализация территорией функции проживания. Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга. Опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления.
Тема 9. Трансграничное сотрудничество. (10 ч)	Трансрегиональное сотрудничество: определение и смысловые границы понятия. Теоретические подходы к исследованию феномена трансграничного сотрудничества. Основные формы трансграничного сотрудничества: европейский и российский опыт.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью выяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1: Регионалистика как наука и учебная дисциплина	<i>УК-1</i>	<i>устный опрос</i>
Тема 2. Становление регионалистики как науки	<i>УК-1</i>	<i>выступление на семинаре</i>
Тема 3. Основные категории регионалистики	<i>УК-1</i>	<i>устный и письменный опрос реферат</i>
Тема 4. Сущность и концепции региональной политики	<i>УК-1 ПК-4</i>	<i>выполнение контрольной работы</i>
Тема 5. Стратегическое планирование как инструмент обеспечение устойчивого развития регионов.	<i>УК-1 ПК-4</i>	<i>выступление на семинаре</i>
Тема 6. Экономические детерминанты региональных структур.	<i>УК-1 ПК-4</i>	<i>выполнение практической работы</i>
Тема 7. Социокультурные составляющие регионального пространства.	<i>ПК-4</i>	<i>устный и письменный опрос реферат</i>

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 8. Территориальный маркетинг как стратегия развития региона.	<i>ПК-4</i>	<i>выступление на семинаре</i>
Тема 9. Трансграничное сотрудничество.	<i>УК-1</i>	<i>выполнение практической работы</i>

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

### **Темы рефератов**

1. Регионалистика как наука и учебная дисциплина. Определение объекта и предмета региональной науки. Регионоведение и регионалистика в контексте основных научных парадигм обществознания.
2. Категория «регион» в современном научном дискурсе. Параметризация категории «регион» в современных нарративных практиках. Поле политической и экономической регионалистики. Регионализация и региональная типология.
3. Становление регионалистики как науки. Эволюция регионоведения и регионалистики как науки.
4. Методы региональных исследований. Анализ основных методологических подходов к моделированию региональных процессов.
5. Основные категории регионалистики. Региональное пространство. Региональное время. Граница как категория регионалистики.
6. Сущность и концепции региональной политики.
7. Базовые модели регионов в контексте региональной политики. Базовые концепции региональной политики.
8. Методы и инструменты государственного регулирования развития регионов.
9. Современные формы территориальной организации общества в России: кластеры, опорные зоны, территории опережающего социально-экономического развития и т.д.
10. Стратегическое планирование как инструмент обеспечения устойчивого развития регионов. Научно-методологические основы стратегического планирования территории.
11. Система стратегического планирования Российской Федерации. Разработка и корректировка документов стратегического планирования на уровне целеполагания, прогнозирования, планирования и программирования.
12. Экономические детерминанты региональных структур. Современный экономический регионализм: теоретическое содержание.
13. Региональная экономика как научно-теоретическая база осуществления региональной экономической политики.
14. Конкурентные преимущества как стартовое условие регионального экономического развития.
15. Социокультурные составляющие регионального пространства. Образ региона. Региональный дискурс.
16. Информационное пространство региона. Теоретические аспекты идентичности: психологические и социальные концепции.

17. Территориальная идентичность. Национализм как фактор региональной идентичности. Региональная идентичность: причины возникновения, основные маркеры и функции.
18. Территориальный маркетинг как стратегия развития региона. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы.
19. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности. Понятие комплекса средств территориального маркетинга.
20. Особенности территориального продукта как объекта маркетинга территорий. Ресурсы территории как фактор формирования стратегии территориального маркетинга. Виды маркетинговых стратегий территории.
21. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга. Имидж и репутация территории как основа ее продвижения в конкурентной среде. Имидж как конкурентный ресурс территории.
22. Брендинг территорий. PR-технологии и Media relations как инструмент создания и продвижения имиджа территории. Событийность как инструмент продвижения имиджа территории. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей.
23. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга. Маркетинг персонала как реализация территорией функции проживания. Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга.
24. Опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления. Маркетинговые подходы к управлению территориями в зарубежных странах.
25. Опыт внедрения территориального маркетинга в странах Западной Европы и Америки.
26. Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития. Система позиционирования, продвижения, брендинга крупных городов России.
27. Трансграничное сотрудничество. Трансрегиональное сотрудничество: определение и смысловые границы понятия.
28. Теоретические подходы к исследованию феномена трансграничного сотрудничества. Основные формы трансграничного сотрудничества: европейский и российский опыт.

*Тестирование (варианты тестовых заданий):*

Вопрос №1: Назовите автора теории кумулятивного роста:

- а) Г. Мюрдаль;**
- б) Ф. Перру.
- в) Дж. Фридман;
- г) Ж.-Р. Будвиль.

Вопрос №2: Какую теорию предложил Т. Хэгерstrand?

- а) схему «диффузии нововведений» на периферию;**
- б) «полюсов роста»;
- в) кумулятивного роста;
- г) систему взаимосвязей типа «затраты - выпуск».

Вопрос №3. Кто из французских ученых предложил и разработал концепцию полюсов роста (выберите правильные варианты)?

- а) Франсуа Перру (1903-1987);**
- б) Торстен Хагерстранд (1916-2004);
- в) Ж.-Р. Будвиль;**
- г) Альбер Деманжон (1872-1940);
- д) Поль Видадь де ла Блаш (1845-1918).

Вопрос №4. Региональная политика –

**а) сфера деятельности государства по управлению политическим, экономическим, социальным и экологическим развитием страны в пространственном, региональном аспекте и отражающая как взаимоотношения между государством и регионами, так и регионов между собой;**

- б) сфера деятельности государства по управлению регионами;
- в) деятельность механизмов рыночной экономики по управлению политическим, экономическим, социальным и экологическим развитием страны в пространственном, региональном аспекте и отражающая как взаимоотношения между государством и регионами, так и регионов между собой.

Вопрос №5. Каким факторам роста региональной экономики уделял особое внимание Дж. Бортс (выберите правильные варианты):

- а) количество и качество природных ресурсов,**
- б) численность и квалификация трудовых ресурсов,**
- в) наличие крупных городских агломераций;
- г) запасы капитала;**
- д) приморское положение;
- е) технологический уровень.**

Вопрос №6. Новая экономическая география – это ...

- а) развитие экономической географии на новом этапе – этапе глобализации;
- б) вид регионального анализа, целью которого является разработка теорий развития регионов;
- в) вид экономического анализа, целью которого является объяснение пространственной структуры хозяйства путём создания моделей, где в условиях несовершенного рынка имеет место возрастающая отдача.**

Вопрос №7. Автором концепции новой экономической географии является ...

- а) П. Кругман;**
- б) Х. Ричардсон;
- в) Дж. Фридман;
- г) Ж.-Р. Будвиль.

Вопрос №8: Назовите автора концепции «центр-периферия» – ...

- а) П. Кругман;
- б) Х. Ричардсон;
- в) Дж. Фридман;**
- г) Ж.-Р. Будвиль.

Вопрос №9: Проблему реконструкции динамики региональной структуры, которая результируется в распределении (и в перераспределении) региональных ролей в геополитической, политико-экономической, социокультурной и прочих сферах, позволяет решать – ...

- а) матрица сочетания общих и региональных тенденций развития, предложенная Полом Кругманом;

**б) матрица сочетания общих и региональных тенденций развития, предложенная А.И. Трейвишем;**

в) SWOT-анализ;

г) матрица сочетания внутренних и внешних факторов развития, предложенная А.И. Трейвишем.

Вопрос №10: Сколько субъектов-регионов в настоящее время в России:

а) 81;

**б) 83;**

в) 85;

г) 89.

Задание №11. Продолжите высказывание Плисецкого Е.Л. ...

**а) «Страна четко поделилась на две зоны – притока (Центральный, Волго-Вятский, Центрально-Черноземный, Уральский экономические районы; Ростовская область, Краснодарский и Ставропольский края Северо-Кавказского региона; южные районы Сибири) и оттока населения (Европейский север, северные районы Восточной Сибири, Дальний Восток)»;**

в) «Страна четко поделилась на три зоны – притока (Центральный, Волго-Вятский, Центрально-Черноземный, Уральский экономические районы; Ростовская область, Краснодарский и Ставропольский края Северо-Кавказского региона; южные районы Сибири), оттока населения (Европейский север, Дальний Восток) и зону стагнации (северные районы Восточной Сибири, Нечерноземье)»;

в) «Страна четко поделилась на две зоны – притока (Европейский север, северные районы Восточной Сибири, Дальний Восток) и оттока населения (Центральный, Волго-Вятский, Центрально-Черноземный, Уральский экономические районы; Ростовская область, Краснодарский и Ставропольский края Северо-Кавказского региона; южные районы Сибири)».

Вопрос №12: Верно ли утверждение, что Ханты-Мансийский автономный округ является регионом-донором?

**а) да;**

б) нет.

Вопрос №13. Относится ли к стратегическим задачи региональной политики реконструкция экономики старопромышленных регионов и крупных городских агломераций путем конверсии оборонных и гражданских отраслей, модернизации инфраструктуры, оздоровления экономической обстановки?

**а) да;**

б) нет.

Вопрос №14. Относится ли к стратегическим задачи региональной политики реконструкция столичной агломерации путем конверсии оборонных и гражданских отраслей, модернизации инфраструктуры, оздоровления экономической обстановки?

**а) да;**

**б) нет.**

Вопрос №15: Как, с началом 1990-х годов, изменилась миграция в России по сравнению с Советским Союзом?

а) осталось прежней по объемам и направлению;

**б) изменилась на противоположную;**

в) увеличилась в том же направлении;

г) уменьшилась в том же направлении;

*Тест*

Возможный вариант ответа (однозначный или множественный)	Вопрос	Вариант ответов	Номера правильных ответов	Сложность ответа	Порядковый номер вопроса				
<u>SingleSelection</u>	Объектом изучения регионоведения как учебной дисциплины является	<table border="1"> <tr><td>регион как субъект Российской Федерации</td></tr> <tr><td>регион как экономический район</td></tr> <tr><td>регион как Федеральный округ</td></tr> <tr><td>регион как часть территории</td></tr> </table>	регион как субъект Российской Федерации	регион как экономический район	регион как Федеральный округ	регион как часть территории	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
регион как субъект Российской Федерации									
регион как экономический район									
регион как Федеральный округ									
регион как часть территории									
<u>SingleSelection</u>	Социально-политическая регионалистика изучает регион как субъект Российской Федерации, т.к.	<table border="1"> <tr><td>стержнем системы жизнедеятельности региона являются институты власти</td></tr> <tr><td>основой жизнедеятельности региона является экономический комплекс</td></tr> <tr><td>жизнедеятельность региона в первую очередь зависит от позиции Федерального центра</td></tr> <tr><td>жизнедеятельность региона в первую очередь зависит от его управления</td></tr> </table>	стержнем системы жизнедеятельности региона являются институты власти	основой жизнедеятельности региона является экономический комплекс	жизнедеятельность региона в первую очередь зависит от позиции Федерального центра	жизнедеятельность региона в первую очередь зависит от его управления	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>2</u>
стержнем системы жизнедеятельности региона являются институты власти									
основой жизнедеятельности региона является экономический комплекс									
жизнедеятельность региона в первую очередь зависит от позиции Федерального центра									
жизнедеятельность региона в первую очередь зависит от его управления									
<u>SingleSelection</u>	Кто ввел в научный оборот термин «региональная наука»?	<table border="1"> <tr><td>У. Изард</td></tr> <tr><td>Д. Кетлер</td></tr> <tr><td>У.Тейлор</td></tr> <tr><td>Д. Форд</td></tr> </table>	У. Изард	Д. Кетлер	У.Тейлор	Д. Форд	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
У. Изард									
Д. Кетлер									
У.Тейлор									
Д. Форд									
<u>SingleSelection</u>	Региональная наука изучает	<table border="1"> <tr><td>региональную экономику</td></tr> <tr><td>региональную культуру</td></tr> <tr><td>все сферы жизнедеятельности региона</td></tr> <tr><td>региональную политику</td></tr> </table>	региональную экономику	региональную культуру	все сферы жизнедеятельности региона	региональную политику	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>4</u>
региональную экономику									
региональную культуру									
все сферы жизнедеятельности региона									
региональную политику									
<u>SingleSelection</u>	В комплексно-территориальной федерации	<table border="1"> <tr><td>не учитывается национальный фактор</td></tr> <tr><td>учитываются все факторы</td></tr> <tr><td>учитываются только политические и экономические факторы</td></tr> </table>	не учитывается национальный фактор	учитываются все факторы	учитываются только политические и экономические факторы	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>5</u>	
не учитывается национальный фактор									
учитываются все факторы									
учитываются только политические и экономические факторы									

		учитываются национальные и культурные факторы			
<u>MultipleSelection</u>	Регионоведение – это	узкая научная дисциплина, изучающая регион как автаркичный объект	<u>2,3,4</u>	<u>2</u>	<u>6</u>
		комплексная дисциплина, изучающая регион как субъект Российской Федерации			
		дисциплина, изучающая процесс формирования и функционирования всех систем региона			
		дисциплина, изучающая роль и место региона в процессе общероссийского и мирового развития			
<u>MultipleSelection</u>	Основными проблемами регионоведения как прикладной науки и учебной дисциплины являются	рациональное размещение объектов социально-экономического комплекса	<u>3,4</u>	<u>2</u>	<u>7</u>
		межрегиональное взаимодействие			
		взаимодействие регионов и Центра			
		формирование и функционирование социально-экономического комплекса региона			
<u>SingleSelection</u>	Предметами изучения в курсе «Регионоведение» не являются	правовая основа жизнедеятельности региона ситуация в социальной сфере региона	<u>4</u>	<u>1</u>	<u>8</u>
		состояние политической сферы региона взаимодействие всех сфер жизнедеятельности региона			
		экономические процессы в регионе, как основа развития социальной сферы			
		проблемы размещения экономического комплекса			
<u>MultipleSelection</u>	Имеют ли право субъекты	только с разрешения Центра	<u>2,3</u>	<u>2</u>	<u>9</u>
		да, абсолютно все вопросы			

	федерации принимать участие в решении общегосударственных вопросов?	да, в соответствии с Конституцией да, в соответствии с Федеральным договором			
<u>MultipleSelection</u>	Сложное унитарное государство состоит из	административно-территориальных единиц национально-культурных единиц автономных единиц государственных образований	<u>1,3</u>	<u>1</u>	<u>10</u>
<u>MultipleSelection</u>	Основными видами автономии являются	политическая автономия корпоративная автономия персональная автономия территориальная автономия	<u>2,3,4</u>		<u>11</u>
<u>MultipleSelection</u>	Для симметричной федерации характерны	правовое равенство субъектов разнообразие правового статуса субъектов территориальная дифференциация субъектов социально-экономическое равенство субъектов	<u>1,4</u>	<u>2</u>	<u>12</u>
<u>SingleSelection</u>	Правом сецессии обладают	субъекты договорных федераций субъекты конституционных федераций автономии все выше указанные образования	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>13</u>
<u>SingleSelection</u>	Возможно ли в федеративном государстве существование сферы совместной компетенции	да нет в исключительных случаях только в симметричных федерациях	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>14</u>

	федерального Центра и субъектов федерации?				
<u>MultipleSe- lection</u>	Автономии – это	политико-территориальные единицы в составе федеративного государства самостоятельные государственные образования только национально-культурные образования в составе федеративного государства политико-территориальные единицы в составе унитарного государства	<u>1,4</u>	<u>2</u>	<u>15</u>
<u>MultipleSe- lection</u>	Основными формами национально-территориальной автономии являются	политическая автономия корпоративная автономия административная автономия территориальная автономия	<u>1,3</u>	<u>2</u>	<u>16</u>
<u>MultipleSe- lection</u>	Основными формами территориально-политического устройства государства являются	конфедерация унитарное государство союзы и содружество федерация регионалистское государство	<u>1,2,3,4</u>	<u>2</u>	<u>17</u>
<u>SingleSe- lection</u>	В комплексно-территориальной федерации	не учитывается национальный фактор учитываются все факторы учитываются только политические и экономические факторы учитываются национальные и культурные факторы	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>18</u>
<u>MultipleSe- lection</u>	Решения общего	носят рекомендательный характер	<u>2,3</u>	<u>2</u>	<u>19</u>

	органа управления конфедерации обязательны для всех членов	могут быть отклонены членами вступают в силу после ратификации высшими органами власти государств-членов Не носят рекомендательный характер			
<u>MultipleSection</u>	Резервации находятся за пределами метрополии	находятся на территории метрополии управляются местными органами власти управляются центральными органами власти то же самое, что колонии	<u>1,3</u>	<u>2</u>	<u>20</u>
<u>SingleSection</u>	Федерация состоит из	только из государственных образований государственных образований и автономий только из автономий только из национально-территориальных образований	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>21</u>
<u>SingleSection</u>	Содружества это	форма федеративного государства форма унитарного государства форма автономии форма конфедерации	<u>4</u>	<u>1</u>	<u>22</u>
<u>SingleSection</u>	Унитарное государство, в системе местного управления которого присутствуют органы власти, формируемые и из Центра и на местах, называется	централизованным децентрализованным относительно централизованным сложным регионалистским	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>23</u>
<u>MultipleSection</u>	Резервации	за пределами метрополии	<u>2,4</u>	<u>2</u>	<u>24</u>

	находятся и управляются	на территории метрополии			
		управляются местными органами власти			
		управляются центральными органами власти			
<u>SingleSe-lection</u>	Имеет ли право Центр осуществлять контроль за деятельностью субъектов федерации?	да, в соответствии с Конституцией или Федеральным договором	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>25</u>
		да, только в экономической сфере			
		да, только в условиях чрезвычайной ситуации			
		нет			
<u>MultipleSe-lection</u>	В состав асимметричной федерации входят	субъекты и несубъекты	<u>1,3</u>	<u>2</u>	<u>26</u>
		только однопорядковые субъекты			
		субъекты с различным правовым статусом			
		все выше перечисленные			
<u>MultipleSe-lection</u>	Унитарное государство состоит из	государственных образований	<u>2,4</u>	<u>2</u>	<u>27</u>
		административно-территориальных единиц			
		национально-независимых государств			
		автономий			
<u>SingleSe-lection</u>	В состав регионалистского государства входят	только государственные образования	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>28</u>
		только автономии			
		только национально-территориальные образования			
		государственные образования и автономии			

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

*Примерный перечень вопросов к зачету:*

1. Регионалистика как наука и учебная дисциплина. Определение объекта и предмета региональной науки. Регионоведение и регионалистика в контексте основных научных парадигм обществознания.
2. Категория «регион» в современном научном дискурсе. Параметризация категории «регион» в современных нарративных практиках. Поле политической и экономической регионалистики. Регионализация и региональная типология.

3. Становление регионалистики как науки. Эволюция регионоведения и регионалистики как науки.
4. Методы региональных исследований. Анализ основных методологических подходов к моделированию региональных процессов.
5. Основные категории регионалистики. Региональное пространство. Региональное время. Граница как категория регионалистики.
6. Сущность и концепции региональной политики.
7. Базовые модели регионов в контексте региональной политики. Базовые концепции региональной политики.
8. Методы и инструменты государственного регулирования развития регионов.
9. Современные формы территориальной организации общества в России: кластеры, опорные зоны, территории опережающего социально-экономического развития и т.д.
10. Стратегическое планирование как инструмент обеспечения устойчивого развития регионов. Научно-методологические основы стратегического планирования территории.
11. Система стратегического планирования Российской Федерации. Разработка и корректировка документов стратегического планирования на уровне целеполагания, прогнозирования, планирования и программирования.
12. Экономические детерминанты региональных структур. Современный экономический регионализм: теоретическое содержание.
13. Региональная экономика как научно-теоретическая база осуществления региональной экономической политики.
14. Конкурентные преимущества как стартовое условие регионального экономического развития.
15. Социокультурные составляющие регионального пространства. Образ региона. Региональный дискурс.
16. Информационное пространство региона. Теоретические аспекты идентичности: психологические и социальные концепции.
17. Территориальная идентичность. Национализм как фактор региональной идентичности. Региональная идентичность: причины возникновения, основные маркеры и функции.
18. Территориальный маркетинг как стратегия развития региона. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы.
19. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности. Понятие комплекса средств территориального маркетинга.
20. Особенности территориального продукта как объекта маркетинга территорий. Ресурсы территории как фактор формирования стратегии территориального маркетинга. Виды маркетинговых стратегий территории.
21. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга. Имидж и репутация территории как основа ее продвижения в конкурентной среде. Имидж как конкурентный ресурс территории.
22. Брендинг территорий. PR-технологии и Media relations как инструмент создания и продвижения имиджа территории. Событийность как инструмент продвижения имиджа территории. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей.
23. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга. Маркетинг персонала как реализация территорией функции проживания. Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга.

24. Опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления. Маркетинговые подходы к управлению территориями в зарубежных странах.
25. Опыт внедрения территориального маркетинга в странах Западной Европы и Америки.
26. Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития. Система позиционирования, продвижения, брендинга крупных городов России.
27. Трансграничное сотрудничество. Трансрегиональное сотрудничество: определение и смысловые границы понятия.
28. Теоретические подходы к исследованию феномена трансграничного сотрудничества. Основные формы трансграничного сотрудничества: европейский и российский опыт.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретиче-	удовлетворительно		55-70

(достаточный)		ски и практически контролируемого материала			
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

### **Основная литература**

1. Воскресенский, А. Д. Мировое комплексное регионоведение : учебник / под ред. проф. А.Д. Воскресенского. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2023. — 416 с. - ISBN 978-5-9776-0309-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1915795>— Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература**

1. Дергачев, В. А. Регионоведение: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350300 «Регионоведение», 350200 «Международные отношения» / В.А. Дергачев, Л.Б. Вардомский. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 463 с: табл. - ISBN 978-5-238-00765-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028610>. – Режим доступа: по подписке.
2. Регионоведение: учеб. пособие для вузов/ В.А. Дергачев, Л.Б. Вардомский. - 2-е изд., М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 518 с. - (Электронный учебник) (библиотека БФУ им. И. Канта, ч.з. N1(1), эл. опт. диск + 1 on-line Сетевой ресурс (1)).
3. Симагин Ю.А. Экономическая география и прикладное регионоведение России: учеб. для вузов / Ю.А. Симагин, А.В. Обыграйкин, В.Д. Карасева; под ред. Ю.А. Симагина, 2014. - 552 с. [Электронный ресурс] (библиотека БФУ им. И. Канта, 1 эл. опт. диск (CD-ROM))
4. Зубаревич Н.В. Воздействие глобализации на развитие регионов России: результаты и перспективы // Крупные города и вызовы глобализации: сборник: Фр-Росс.центр по общ. и гуманит. наукам в Москве, РАН, Ин-т географии, под ред. Колосова В.А., Эккерта Д. – Смоленск: Ойкумена, 2003.– С. 37-54. (библиотека БФУ им. И. Канта, НА (1))

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
Институт гуманитарных наук  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Теория и практика рекламы и связей с общественностью»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Сивкова Анна Вадимовна, к.ф.н, доцент, Струкова Елена Михайловна, старший преподаватель

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
4. Виды учебной работы по дисциплине
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
- 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
- 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
- 8.3. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины «Теория и практика рекламы и связей с общественностью»

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов целостного представления о PR как части социальной, политической и экономической деятельности различных субъектов — людей, компаний, организаций, сообществ.

### Задачи изучения дисциплины:

- ознакомить магистрантов с краткой историей развития PR в мире и в России; описать современное состояние PR-отрасли в России; перспективы развития PR (сценарии будущего);
- дать определение понятия «PR» как вида коммуникативной деятельности и как социального института;
- рассмотреть связь PR и рекламы; подход к PR как комплексной деятельности;
- описать основные функции PR и рекламы;
- раскрыть специфику PR в различных видах организаций (политический, социальный и коммерческий (бизнес) PR) и для различных видов субъектов (человек, компания, социальная группа и т.п.);
- найти различия и точки соприкосновения таких видов деятельности, как PR, управление репутацией, брендинг и реклама;
- описать основные этапы разработки корпоративной PR-стратегии, процесс реализации и корректировку;
- дать представление об основных методах оценки эффективности PR-деятельности;
- описать специфику функционирования профессионального PR-сообщества;
- рассказать об основных операторах рынка рекламных и PR-услуг.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Демонстрирует знание методов формирования команды и управления командной работой. УК-3.2 Разрабатывает и реализует командную стратегию в групповой деятельности для достижения поставленной цели.	<b>Знать:</b> - методы формирования команды и управления командной работой. <b>Уметь:</b> - реализовывать командную стратегию в групповой деятельности для достижения поставленной цели. <b>Владеть:</b> - навыками разработки стратегий для организации командной работы.
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Редактирует, составляет и переводит различные академические тексты в том числе на иностранном(ых) языке(ах). УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в	<b>Знать:</b> - современные коммуникативные технологии. <b>Уметь:</b> - представлять результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях. <b>Владеть:</b>

	том числе на иностранном(ых) языке(ах).	- навыками редактирования, составления различных рекламных текстов.
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	<p>ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p> <p>ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.</p>	<p><b>Знать:</b> формы и закономерности соотношения внешних (коммуникативных) факторов, лежащих в основе конструирования медиатекста, с внутренними константами медиатекста;</p> <p><b>Уметь:</b> устанавливать закономерное соотношение между планом выражения и планом содержания в рамках медиатекста как речевого произведения; идентифицировать объект (медиатекст), давать его описание, указывать на характерные свойства.</p> <p><b>Владеть:</b> специальной терминологией, усвоить соответствующие понятия и характеристики и овладеть навыками самостоятельного анализа медиатекста разных жанров.</p>
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя подразделения рекламы и связей с общественностью организации, рекламного/коммуникационного/PR-агентства.</p> <p>ПК-1.2 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>	<p><b>Знать:</b> - функционал руководителя подразделения рекламы и связей с общественностью организации, рекламного/коммуникационного/PR-агентства.</p> <p><b>Уметь:</b> - применять знания, полученные в ходе изучения дисциплины, в профессиональной деятельности;</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками</p>
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию нематериальных активов (брендов) и текста рекламы и связей с общественностью,	ПК-3.1 Создает и редактирует авторский текст любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и отечественного опыта.	<b>Знать:</b> - специфику этапов подготовки и реализации рекламного проекта/текста;

<p>и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	<p>ПК-3.2 Владеет навыками разработки мер по созданию нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p>	<p>- виды и объём работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного продукта;</p> <p>- специфику различных видов проектной документации, включая бриф, техническое задание, сценарий и монтажный план, и требований к их оформлению;</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- оптимально распределять виды и объёмы работ, подлежащих выполнению на разных этапах создания рекламного продукта;</p> <p>- на профессионально уровне разрабатывать концепцию рекламного продукта (на основе изучения запросов целевой аудитории и существенных свойств объекта рекламы грамотно и обоснованно формулировать идею, цели и задачи проекта;</p> <p>- критически оценивать результаты собственной работы;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками работы с проектной документацией;</p> <p>- навыками работы со словом и образом;</p> <p>- навыками межличностного общения и культуры речи;</p> <p>- навыками работы в микрогруппе в процессе реализации творческого проекта.</p>
---	---	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы рекламы и связей с общественностью» представляет собой дисциплину обязательной части основной образовательной программы подготовки магистрантов по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Геобрендинг и урбанистика»). Осваивается на 1 курсе.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
1	История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития	История развития PR: от работы с прессой к комплексным корпоративным коммуникациям. Появление PR в России: политический консалтинг. Современное состояние PR-отрасли: PR как одна из стратегических и управленческих практик компаний на высококонкурентных рынках. PR как составляющая маркетинговых коммуникаций. PR и корпоративная социальная ответственность. PR и новые медиа. Маркетинговый микс: PR и событийная коммуникация, PR и партизанский маркетинг, PR и реклама. Роль PR в управлении репутацией компанией.
2	Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций.	Понятие PR как явления, лежащего на стыке нескольких предметных областей (теория массовых коммуникаций, менеджмент, маркетинг, психология, культурология и т.д.). Множество определений PR. Корректность русского варианта перевода «связи с общественностью». Модели PR-коммуникаций: односторонние (пропагандистская и информационная) и двухсторонние (асимметричная и симметричная). Ситуационность и актуальность их использования современными организациями. Функции PR: управленческая, коммуникационная, репутационная и др. PR в политической, коммерческой и социальной сфере. Основные критерии разграничения политического и бизнес-PR. PR на местном, региональном, федеральном и международном уровнях. Формирование имиджа различных субъектов: человека (персональный брендинг), организации, социальной группы, города (региона), страны. PR как организационная подсистема, PR-отдел в компании, его взаимодействие с другими подразделениями. Правовое регулирование PR-деятельности: основные законодательные акты, регламентирующие работу в сфере PR (авторское право, интеллектуальная собственность, закон о рекламе, о СМИ, защита чести и достоинства).
3	Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка.	PR в коммерческой организации. Место PR в структуре маркетинговых коммуникаций. Соотношение понятий «деловая репутация», «имидж», «бренд». Роль PR в репутационном менеджменте компании. Брендинг как комплексная деятельность по формированию целостного образа организации, ее торговых марок. PR и реклама: критерии разграничения и сближения (краткосрочность и долгосрочность; продажи и имидж; вербальность и визуальность и т.п.). Типы PR-стратегий в зависимости от стадии развития бизнеса и вида компании. Основные этапы разработки PR-стратегии. Аудит коммуникационной политики компании и проведение исследований общественного мнения. Применяемая методология: опросы лидеров мнений, контент-анализ материалов, вы-

		<p>ходящих в открытых источниках, маркетинговые исследования. Анализ полученных данных. Место PR-стратегии в общей бизнес-стратегии (формулировка миссии, задач, основных принципов работы компании). Разработка перечня ключевых сообщений. Определение целевых аудиторий, на которые направлена PR-деятельность, и основных инструментов построения коммуникаций с ними. Формирование долгосрочной PR-программы. Постоянный аудит деятельности и корректировка коммуникационной политики в ходе ее реализации. Оценка эффективности как способ повышения результативности PR-деятельности. Ситуации, в которых это особенно актуально. Основные моменты, влияющие на успешность программ по оценке эффективности. Виды оценки: пошаговая и итоговая. Качественные и количественные методы. PR и продажи. Новые возможности оценки эффективности, обусловленные широким использованием новых технологий (Интернета). Субъективизм и реальная картина. Выбор оптимальной программы оценки эффективности.</p>
4.	<p>Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень.</p>	<p>Творческая концепция. Разрешение неразрешимых противоречий. Уровни воздействия рекламного продукта на сознание аудитории. Рекламная аргументация. Стратегия и творчество. Концепция РОИ. Творческое мышление. Творческая личность и творческие роли. Управление творческим процессом. Творческая стратегия: виды обращений, жесткая и мягкая продажи. Закономерности S-образного развития систем. Важнейшие следствия из этой закономерности. Решение нестандартной задачи, как разрешения противоречия – ключевой подход в создании эффективной творческой рекламы. Оценка эффективности творческого замысла. Закономерности восприятия аудитории. Выводы для нужд рекламы из закона Вебера-Фехнера о закономерности психофизиологии восприятия человека. Типовые композиции прямой рекламы. Эмоционально-смысловое ударение и каналы восприятия. Идеал ПР-акции (слабой, косвенной рекламы): доминанта, одинаковая для всех. Таблица эффективности рекламы по типовым целям и задачам: четыре уровня вовлеченности и действенности.</p>
5	<p>Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы.</p>	<p>Место media relations в общей PR-стратегии компании. Основные подходы и принципы при работе со СМИ. Разработка медиастратегии (цель, задачи, основные компоненты, программа реализации). Инструменты работы со СМИ: подготовка и рассылка пресс-релизов и других медиа-материалов; проведение пресс-мероприятий (типология); информационная и PR-поддержка проектов компании; совместные акции со СМИ; другие формы работы со СМИ. Новые медиа (интернет-порталы, блоги), использование их в PR-работе. Основные ошибки при выстраивании внешних коммуникаций. Организация работы современной пресс-службы. Оценка эффективности проводимых медиакампаний.</p>

6	Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе.	PR и BTL, PR и событийный маркетинг. Виды коммуникации, особенности событийной коммуникации. Специальные мероприятия: промоакции; роад-шоу; деловые конференции, семинары; PR-акции; спонсорство. Основные этапы разработки и реализации событий. Ошибки при использовании событийной коммуникации. Методы оценки эффективности событий. Благотворительные и социальные проекты. Новые технологии в PR: партизанский (вирусный) маркетинг, мобильный маркетинг, блоггинг, Интернет-технологии.
7	Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования.	<p>Структура пиар-плана кампании. Ситуационный анализ. SWOT-анализ. Выбор стратегии кампании: цели, задачи, направление, позиционирование и бюджет. Тактический план кампании. Выбор маркетинговых коммуникаций. Творческая разработка темы. План средств размещения рекламы. Оценка ресурсов рекламной коммуникации: объект, имидж, рекламное средство и т. п. Средства прямой и косвенной рекламы. Проведение оценочных исследований. Система пилотных тестов: физиологические, кадровые, внутрирыночные. Тесты на запоминание и убедительность. Фазы рекламной кампании. Оценка эффективности рекламы и контроль за результатами. Обзор основных носителей. Ценообразование: тарифы и скидки. Социологические исследования. Основные понятие и критерии. Описание «мишени». Составление «мишени». Различные виды «мишени». Рейтинг и доля аудитории. Охват аудитории и частота восприятия. Стоимостные характеристики медиаплана.</p> <p>Методы создания оптимальных медиапланов. Исходные данные для медиапланирования. Разработка стратегии и тактики плана кампании. Программное обеспечение работы.</p> <p>Стоимостная оценка и контроль эффективности рекламной кампании.</p>

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1.* История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития

*Тема 2.* Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций

*Тема 3.* Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка

*Тема 4.* Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень

*Тема 5.* Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы

*Тема 6.* Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе

*Тема 7.* Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития	Обсуждение основных тенденций эволюции феномена рекламы и PR. Практическое занятие организовано в группах
2	Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций	Опишите типовую организационную структуру службы по связям с общественностью и направления ее работы. Назовите принципы ее эффективной деятельности, принципы внутрикорпоративного менеджмента. Приведите примеры использования PR в различных видах организаций.
3	Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка	<p>Практическое занятие организовано в виде работы в группах. Аудитория слушателей будет разделена на несколько команд. Студентам будет предложено несколько кейсов, на основе которых нужно будет продумать PR-стратегию. Результаты работы в группах учащиеся представят в ходе презентации.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработать PR-стратегию по схеме, предложенной преподавателем, на основе кейса, который получит каждая из групп: продумать ключевые сообщения; определить целевые аудитории; описать основные используемые инструменты.</li> <li>2. Обсудить полученные результаты в группе и подготовить презентацию разработанной PR-стратегии.</li> <li>3. Представить результаты работы в группе перед всей аудиторией слушателей.</li> <li>4. Совместно обсудить представленный кейс (здать вопросы, отметить плюсы и минусы, высказать пожелания).</li> </ol>
4	Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень	Назовите образцы наиболее успешного соответствия изображения и слогана в рекламе. Каким образом в них достигается оптимальное соотношение? Назовите три основных составляющих рекламного текста. Составьте пять примеров рекламных текстов.
5	Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы	Составьте перечень содержательных и организационных аспектов взаимодействия со СМИ. Перечислите методы и формы деятельности пресс-службы. Опишите специфику работы пресс-секретаря: профессиональные и этические критерии деятельности.
6	Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе	Назовите основные признаки и способы событийной коммуникации. Перечислите новые технологии в PR.
7	Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования	Назовите образцы наиболее успешного соответствия изображения и слогана в рекламе. Каким образом в них достигается оптимальное соотношение? Эссе – ответ на вопрос: Ф. Ницше считал, что любой «язык риторичен, ибо он стремится передать мнение, но не истину». Как можно применить это высказывание к

		особенностям рекламного языка? Эссе – ответ на вопрос: как Вы понимаете высказывание А. Кромптона: «Есть только одно правило при создании рекламных объявлений, оно гласит, что никаких правил создания рекламных объявлений нет».
--	--	--

Требования к *самостоятельной* работе студентов:

Выполнение домашнего задания по темам дисциплины, выдаются на практических занятиях.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

### Лекционные занятия

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### Практические и семинарские занятия

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

### Самостоятельная работа

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанной компетенции при изучении дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
История развития PR и рекламы. Современное состояние отрасли, перспективы развития	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Теоретические модели PR-и рекламных коммуникаций	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»  Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии.
Управление репутацией, брендинг и реклама. Корпоративная PR-стратегия: социологическое исследование, разработка, реализация, корректировка	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»
Секреты творческой рекламы: психологический, физиологический и когнитивный уровень	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»
Media relations: от медиастратегии к технологиям реализации. Работа пресс-службы	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»  Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии.
Событийная коммуникация и новые технологии в PR и рекламе	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»  Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Стратегические стадии рекламной кампании. Основы медиапланирования	УК-3; УК-4; ОПК-1; ПК-1; ПК-3	тестирование, не менее 60% правильных ответов  работа на практических занятиях, оценка «зачтено»  Презентации: расстановка смысловых акцентов при подаче материала, наглядность и простота изложения, готовность к диалогу, дискуссии

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

*Образцы вопросов для подготовки к зачету:*

1. Public Relations: сущность, функции, институты.
2. Исторические типы связи госслужбы с общественностью.
3. Технологии коммуникации с населением
4. Организация и планирование деятельности служб по связям с общественностью.
5. PR-кампания: планирование, методы организации и проведение.
6. Public Relations и реклама.
7. Эффективность Public Relations в системе госслужбы.
8. Public Relations в политике.
9. Корпоративные отношения в структуре служб по связям с общественностью.
10. Управление кризисными ситуациями средствами PR.
11. Тенденция развития Public Relations в условиях общественной модернизации России.
12. Пресс-секретарь: профессиональные и этические критерии деятельности.
13. Методы и формы деятельности пресс-службы.
14. Использование социологических исследований в работе PR-служб. Контент-анализ прессы.
15. Зарубежный опыт деятельности служб по связям с общественностью.
16. Каковы основные различия информативной и суггестивной рекламы?
17. Как реализуются основные принципы организации коммуникативного события в рекламном дискурсе?
18. Выделите основные признаки символического высказывания в рекламном тексте.
19. Каковы механизмы связи означающего и означаемого в рекламном сообщении?
20. Назовите пять основных лингвистических процедур для дифференцирования одинаковых товаров (по схеме Д. Траута).
21. Охарактеризуйте 4 этапа пошаговой модели дифференцирования товаров.
22. Что роднит и что отличает рекламу от других видов мифологического высказывания?
23. Каковы особенности трех измерений семиозиса в рекламном тексте?
24. Что роднит и что отличает создателя рекламы от создателя художественного текста?
25. Назовите пять стадий риторического акта и их специфику в рекламном тексте.
26. Обозначьте основные сюжетные типы рекламного сообщения и их вариации.
27. Почему метафора и метонимия являются основными тропами в создании рекламного дискурса?
28. Приведите основные принципы стиля и их специфическую реализацию в рекламном тексте.
29. Каковы главные правила перевода рекламного текста на другой язык (по Бове–Аренсу)?

30. Каким образом принцип трех карт мира НЛП реализуется в разных типах рекламы?  
 31. Укажите специфику риторических законов в каждом выделенном Вами виде рекламы.

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

*Примерный перечень вопросов к экзамену:*

1. Сущность и принципы связей с общественностью. Подходы к определению сущности понятия "публик рилейшнз".
2. Имидж как явление массового сознания. Алгоритм формирования имиджа
3. Построение проекта PR-кампании.
4. PR-средства избирательной кампании
5. Направления воздействия PR на общественные отношения
6. Взаимосвязь и различия PR с рекламой, пропагандой и агитацией.
7. Предпосылки возникновения и этапы развития PR
8. Тенденции развития PR в XXI веке
9. История развития связей с общественностью в России
10. Этические нормы применения инструментов связей с общественностью. Свобода слова и PR.
11. Этапы планирования PR- деятельности
12. Понятие внешней среды. Методы исследования внешней среды организации
13. Методы исследования внутренней среды организации. Понятие организационной культуры
14. PR-стратегии реагирования
15. Понятие PR-обращения. Виды PR-обращений
16. Каналы PR-коммуникаций
17. Этапы управления информацией
18. PR как средство формирования общественного мнения в бизнесе.
19. Стратегическое управление PR в политике.
20. Реклама: проблема идентификации и определения.
21. Функции политической рекламы.
22. Особенности исторического развития рекламы в России.
23. Политическая коммуникация: сущность, функции, типология.
24. Интерактивный характер взаимодействия в современной рекламе.
25. Жанровое многообразие рекламы в СМИ.
26. Печатная реклама в СМИ.
27. Наружная реклама и транспортная реклама.
28. Современные рекламные технологии в политике (директ-мейл; партизанская реклама; кросс-реклама и др.).
29. Сущность манипулирования. Виды манипулятивных технологий.
30. Планирование рекламных кампаний.
31. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие.
32. Медиаплан и его составляющие.

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает нижестоящий уровень.</i>	отлично	зачтено	86-100

		Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает нижестоящий уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

Качество изучения дисциплины контролируется, во-первых, на практических занятиях при заслушивании, обсуждении подготовленных студентами докладов и сообщений, при их выступлениях по обсуждаемым вопросам; во-вторых, тестированием по темам (разделам) дисциплины во время учебного семестра; в-третьих, на промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация проводится в форме письменного или устного экзамена по окончании изучения дисциплины. При подготовке к аттестации студенты могут получить необходимые консультации у преподавателя. Оценка «отлично» выставляется студенту, обнаружившему всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять практические задания, освоившему основную литературу и ознакомившемуся с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «5» («отлично») ставится студенту, усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешно выполнившего предусмотренные программой задачи, усвоившему основную рекомендованную литературу. Оценка «4» («хорошо») выставляется студенту, показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Оценка «3» («удовлетворительно») выставляется студентам, допустившим неточности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка («неудовлетворительно») ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература**

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>. – Режим доступа: по подписке.

2. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> - Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

1. Абельмас Н.В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз. Ростов н/Д.: Феникс, 2008.

2. Алексеева И.В. Пиар высокого полета. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.

3. Беленкова А.А. PRостой пиар. М.: НТ Пресс, 2009.

4. Березовая Л.Г. История мировой рекламы или старинные рецепты изготовления "бесплатного сыра". М., Издательство Ипполитова, 2008.

5. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. СПб: Питер, 2001.

6. Бредемайер К. Правила риторики. Как не теряться во время выступления и быть убедительным. М., Альпина Бизнес Букс, 2008.

7. Брундтланд Г.Х. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию. М.: Прогресс, 1989.

8. Василенко А.Б. Пиар крупных российских корпораций. М.: ГУ ВШЭ, 2013.

9. Герасимов В.Е. Экологический пиар: от теории к практике. М.: ИД «Городец», 2020.

10. Герасимов В.Е. Пиар компаний топливно-энергетической отрасли. М.: ИД «Городец», 2021.

11. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. 2-е издание. СПб.: Издательский дом «Нева», 2004.

12. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»; Издательский Дом «Инфра-М», 2003.

13. Ивченко С.В., Либоракина М.И., Сиваева Т.С. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний. М.: Фонд «Институт экономики города», 2003.

14. Каргалова М.В. Особенности социального измерения // Социальное партнерство. № 2, 2004. [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://www.oilru.com/sp/3/94/>.

15. Каргалова М.В. Гражданское общество и бизнес: взаимодействие и контроль. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.soc-eco.ru/docs/Kargalova\\_RT.doc](http://www.soc-eco.ru/docs/Kargalova_RT.doc).
16. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика. М., СПб, Киев, Вильямс, 2008.
17. Козлов В.А. Корпоративная социальная политика // Демоскоп, №369-370, 16-29 марта 2009. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://demoscope.ru/weekly/2009/0369/student03.php>.
18. Кондратьев Э.В.Связи с общественностью: практикум. М., Академический Проект, 2008.
19. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. М., Академический Проект, 2008.
20. Костин А.Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для РФ // Менеджмент в России и за рубежом №3, 2005. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2005/3/3735.html>.
21. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. и др. Теория и практика связей с общественностью. СПб.: Питер, 2006.
22. Лавров В., Кричевский Н. Что такое «социальные инвестиции»? // Агентство политических новостей. 16.02.2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.apn.ru/publications/article1776.htm>.
23. Ларионов Е. Краткое руководство по медиаанализу и оценке эффективности пиар. М.: АКООС, 2015.
24. Мамонтов А. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером. Версия 2.0. - М., СПб, Вершина, 2008.
25. Манипуляция собеседником. Защита от манипуляций // Шейнов В.П. Как управлять другими. Как управлять собой (Искусство менеджера). Минск: Амалфея, 1997.
26. Мединский В. Р. Особенности национального пиара. PRавдивая история Руси от Рюрика до Петра. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2010.
27. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера. СПб, Питер, 2008
28. Мирошниченко А. А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство.
29. Мирошниченко А.А. Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей. М.: Медиалайн, 2012.
30. Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А.В. Лебедев, М. 2001.
31. Мьякинник Н. От чего зависит устойчивое развитие корпорации // Социальное партнерство. №4, 2007. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oilru.com/sp/17/734/>.
32. Панасюк А.Ю. как победить в споре, или искусство убеждать. М.: Олимп; ООО «Изд-во АСТ-ЛМТ», 1998.
33. Пиз А. Язык телодвижений. М.: Ай Кью, 1992.
34. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: Рефлбук; К.: Ваклер, 2000.
35. Психологические основы деловой беседы // Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво. М.: ИНФРА-М, 1995.
36. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. М., 2002.
37. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. М.: 2002.
38. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика. М., Аспект Пресс, 2008.
39. Татарина Г.Н. Управление общественными отношениями: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2004.
40. Тимофеев М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учеб.пособие. 4-е изд., М.: РИОР, 2010.
41. Тульчинский Г.Л. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. М.: Вершина, 2007.
42. Управление проектами. М.: РИПОЛ классик (издательство ООО), 2008.
43. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб.: Питер, 2003.
44. Филатова О.Г., Летуновский В.П. Организация работы отдела по связям с общественностью: учеб.пособие, СПб.: Роза мира, 2010.

45. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью. – М.: Всье образование, Юрайт-Издат, 2009.
46. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы. М.: Дашков и Ко, 2015.
47. Шола Т.С. Публичная память в обществе, которое предали. Заметки лектора. Калининград, 2021.
48. Шумович А.В., Берлов А. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕИ РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Технологии, модели и инструменты геобрендинга»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

2024

## **Лист согласования**

**Составитель:** Берендеев Михаил Владимирович, кандидат социологических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Технологии, модели и инструменты геобрендинга».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Технологии, модели и инструменты геобрендинга».

Цель дисциплины — сформировать у магистрантов комплекс знаний и практических навыков, связанных с технологиями, моделями и инструментами формирования бренда территории.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. ОПК-1.2 Умеет организовывать и координировать процесс подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем. ОПК-1.3 Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.	<b>Знать:</b> поэтапность планового построения работы и пути его реализации  <b>Уметь:</b> определять проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта; ставить и решать инновационные задачи; эффективно применять новые технологии для решения профессиональных задач.  <b>Владеть:</b> коммуникабельностью; правильностью постановки задач перед собой и коллегами для решения общей идеи.
ПК-4 Способен управлять массовыми коммуникациями, а также внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности/региона, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом для повышения политической, социальной и экономической	ПК-4.1 Находит и использует государственные программы по поддержке развития туристической привлекательности территорий. ПК-4.2 Демонстрирует знания государственных стандартов к формированию туристских услуг. ПК-4.3 Разрабатывает варианты стратегий развития терри-	<b>Знать:</b> - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции; - принципы объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении; основные исследова-

<p>успешности региона</p>	<p>тории и проекты территориальных брендов.</p>	<p>ния в области геобрендинга, а также модели его формирования</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов;</li> <li>- применять принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении;</li> </ul> <p>осуществлять верный выбор коммуникативных средств и моделей для построения бренда территории;</p> <p>осуществлять анализ геобрендов разного масштаба, используя необходимый терминологический аппарат;</p> <p>проводить продвижение геобренда, используя разные каналы</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с компонентами общественных и государственных институтов;</li> <li>- навыками сохранения принципа объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов;</li> </ul> <p>технологиями и инструментами геобрендинга; - навыками использования</p>
---------------------------	---	---

		различных коммуникативных программ в построении геобренда - навыками применения методов оценки и построения брендов территории
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии, модели и инструменты геобрендинга» представляет собой дисциплину обязательной части учебного плана.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Тема 1. Геобрендинг в теории и практике связей с общественностью. Специфика брендов территории	Цели, задачи и место дисциплины в структуре профессиональной подготовки магистрантов. Социоцентрические и культурологические особенности раз-

		<p>вития геобрендинга. Внутренние и внешние идентификаторы бренда. Социографические и психографические характеристики целевых аудиторий. Роль и значение территориального образования как объекта деятельности. Территория как субъект массово-информационной деятельности. Структурно-функциональный анализ геобренда в аспекте практической деятельности. Критерии эффективности функционирования геобренда.</p>
2	<p>Тема 2. Активы капитала геобренда. Модели создания бренда территории</p>	<p>Идентичность как основа построения геобренда. Образовательные, религиозные, научные ценности территории Структура активов капитала геобренда: элементы и функции. Информационная политика: субъекты и объекты. Современное российское законодательство в сфере геобрендинга. Нормативные теории и подходы по созданию моделей геобрендинга. Обзор современных практико ориентированных моделей геобрендинга: положения, методики, механизмы реализации, основные сложности и перспективы использования. Медиарилейшнз и паблисити как методологии геобрендинга</p>
3	<p>Тема 3. Позиционирование территории: структура и подходы</p>	<p>Пути формирования лояльности к бренду и геобренду. Способы измерения осведомленности о бренде. Типы осведомленности о разных территориальных субъектах. Фирменный стиль как основа построения имиджа. Нейминг в позиционировании. Зонтичное позиционирование территории. Государство и муниципальное образование в постиндустриальном, демократическом, гуманистически ориентированном обществе: сферы влияния, акторы, цели. Социальный диалог в СМИ и СМК как средство достижения целей социального консенсуса, согласия, социального партнерства. Методики и техники позиционирования территорий: специфика и ключевые моменты. Социальная позиция как система принципов деятельности органов муниципального образования.</p>
4	<p>Тема 4. Ключевые каналы и инструменты продвижения геобренда</p>	<p>Роль некоммерческих организаций, ассоциаций, союзов в продвижении бренда территории. Информационно-</p>

		рекламные средства продвижения геобренда. Социальные сети как ключевой канал продвижения геобренда. Этапы планирования в брендинге. Лидер как имиджевая и репутационная составляющая региона. Персональный и корпоративный имиджи. Виды исследований, предваряющие работу с брендом территории.
--	--	---

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1. Геобрендинг в теории и практике связей с общественностью. Специфика брендов территории.*

*Тема 2. Активы капитала геобренда. Модели создания бренда территории*

*Тема 3. Позиционирование территории: структура и подходы*

*Тема 4. Ключевые каналы и инструменты продвижения геобренда*

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины/ модуля	Содержание темы занятия
1	Тема 1. Геобрендинг в теории и практике связей с общественностью. Специфика брендов территории	Правовая защита бренда и геобренда. Типология логотипов. Бренд территории как сумма официальной символики и фирменного стиля.
2	Тема 2. Активы капитала геобренда. Модели создания бренда территории	Имидж / деловая репутация территории и лица, ее представляющего.
3	Тема 3. Позиционирование территории: структура и подходы	Виды исследований, предваряющие работу с брендом территории.
4	Тема 4. Ключевые каналы и инструменты продвижения геобренда	Событийная коммуникация в продвижении бренда территории: информационный повод, паблисити, оценка коммуникативной эффективности

Требования к *самостоятельной* работе студентов:

Выполнение домашнего задания по темам дисциплины, выдаются на практических занятиях.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

### Лекционные занятия

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

### Практические и семинарские занятия

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

### Самостоятельная работа

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 1. Геобрендинг в теории и практике связей с общественностью. Специфика брендов территории	ОПК-1, ПК-4	Коллоквиум: подготовка выступления, презентация, коллективная дискуссия; конспект первоисточников
Тема 2. Активы капитала геобренда. Модели создания бренда территории		Семинарское занятие: подготовка выступления, презентация, коллективная дискуссия; реферат
Тема 3. Позиционирование территории: структура и подходы		Семинарское занятие: подготовка выступления, презентация, коллективная дискуссия.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Тема 4. Ключевые каналы и инструменты продвижения геобренда		Семинарское занятие: подготовка выступления, презентация, коллективная дискуссия

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

1. Основные элементы структуры брэнда.
2. Содержание брэнда
3. Внешние признаки, используемые для обозначения брэнда, или атрибуты брэнда
4. ДНК брэнда.
5. Рациональное преимущество брэнда
6. Эмоциональное преимущество брэнда
7. Суть брэнда (brand essence)
8. Классификация брендов по категориям.
9. Факторы, определяющие потенциал брендов
10. Брендинг территорий в бывшем СССР
11. Бренд территории как особый вид брэнда.
12. Ценности брендов.
13. Уровни маркетинга территории.
14. Маркетинг территорий: различия российского и европейского подходов.
15. Сущность территориального маркетинга.
16. Основные целевые аудитории территориального маркетинга.
17. Стратегии территориального маркетинга.
18. Разработка и пояснения отличительных особенностей территории, основанных на ресурсах или стереотипах.
19. Разработка основного и поддерживающих слоганов и их пояснение. Разработка и пояснение логотипа, символов, проекций логотипа и символов. Правила разработки логотипов.
20. Использование типовых рекламоносителей, характерных для продвижения территории.
21. Разработка и описание корпоративных стандартов.
22. Речевые стандарты.
23. Фирменный стиль и визуальные стандарты.
24. Стандарты информирования.
25. Тренды и драйверы развития регионов.
26. Опыт геобрендинга во Франции
27. Устойчивые представления в общественном мнении о геобренде.
28. Добавленная стоимость в геобренде.
29. Коннотативные и сформированные геобренды.
30. Технологии геобрендинга.
31. Использование дифференциации с соседними территориями.
32. Территориальный маркетинг как комплекс ПР-технологий.
33. Стратегии создания и развития инвестиционно-привлекательного региона

34. Материальные и нематериальные активы капитала геобренда
35. Устойчивые представления о геобренде в общественном мнении
36. Факторы узнаваемости территории
37. Факторы формирования осведомленности о территории
38. Бренд-код территории.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Индивидуальность бренда территории как ключевой фактор эффективности.
2. Пятиуровневая система индивидуальности геобренда.
3. Объекты геобрендинга.
4. Использование религиозных, культурных, научных ценностей и образования в позиционировании.
5. События и мероприятия как основа позиционирования.
6. Взаимосвязь стратегии развития региона и брендинга территории.
7. Принципы определения уникальных преимуществ и разработки стратегий продвижения территории.
8. Планирование и проведение коммуникационных кампаний в сфере брендинга территории.
9. Субъекты интеграции культурного потенциала в бренд города.
10. Особенности регионального продвижения территорий с традиционной экономикой, преобладанием сельского хозяйства.
11. Туристический нарратив в структуре формирования бренда города.
12. Региональные бренды (коммерческие, культурные, спортивные, исторические, люди-бренды) региона: способы формирования и продвижения.
13. Event-marketing в формировании и продвижении бренда города.
14. СМИ как инструмент реализации программ продвижения брендов городов и регионов.
15. Коммуникационная активность регионального лидера как фактор формирования имиджа региона.
16. Коммуникационные рейтинги регионов как инструмент формирования информационной политики региона.
17. Культурная история (события, артефакты, персоналии) и формы ее актуализации в бренде города.
18. Празднование юбилея как элемент позиционирования города и региона.
19. Модели инноградов: сущность и перспективы.
20. Модели продвижения территории с учетом общественных трендов.
21. Каналы дистрибуции информации о геобренде.
22. Двухходовая комбинация продвижения геобренда.
23. Социальные сети как ключевой канал продвижения геобренда.
24. Туристические операторы как ключевой канал продвижения геобренда.
25. Торговые сети и распределительные центры как ключевой канал продвижения геобренда.
26. Транспортные компании и логистические операторы как ключевой канал продвижения геобренда.

29. Средства массовой коммуникации и информации как ключевой канал продвижения геобренда.
30. Операторы мобильной связи и провайдеры как ключевой канал продвижения геобренда. Открытки и альбомы – одна из форм брендинга территорий

### Тестовые задания

1	<b>Вопрос: Что такое паблисити в геобрендинге?</b>
	(один правильный ответ)
	1. База информационных материалов о геобренде, опубликованных в СМИ
	2. <b>Создание популярности, известности геобренда</b>
	3. Исследование рынка потребительских услуг геобренда
4. Технология разработки рекламных текстов геобренда	
2	<b>Вопрос: PR-кампания территории- это:</b>
	(один правильный ответ)
	a) Активная работа с целевой аудиторией территории
	b) <b>Комплекс мероприятий, направленных на поддержание и улучшение имиджа территории</b>
	c) Исследование рынка с целью определения наилучших ниш для внедрения бизнеса
d) Поддержание взаимодействия со средствами массовой информации	
3	<b>Вопрос: Что такое фандрейзинг в геобрендинге?</b>
	(один правильный ответ)
	1. <b>Сбор средств на реализации социально значимых проектов территории</b>
	2. Создание и поддержание необходимых условий для привлечения средств на продвижение территории
3. Информирование широкой общественности о миссии территории	
4	<b>Вопрос: Как называется встреча руководителей территории со СМИ с целью информирования общественности по актуальным вопросам развития территории?</b>
	(один правильный ответ)
	a) Интервью
	b) <b>Пресс-конференция</b>
c) Презентация	

5	<b>Вопрос: Передача территорией своих пиар-функций во внешнее тактическое управление называется:</b>
	(один правильный ответ)
	a) Пиар-менеджмент
	<b>b) Пиар-консалтинг</b>
6	<b>Вопрос: Массовая коммуникация - это:</b>
	(один правильный ответ)
	1. Двусторонний процесс обмена сообщениями, в котором участвуют коммуникаторы и социальное окружение
	2. Односторонняя передача информации от организатора общения к получателю информации
7	<b>Вопрос: Что такое имидж территории?</b>
	(один правильный ответ)
	1. Визуальный образ геобренда
	2. Образ территории, сформировавшийся у целевой аудитории
8	<b>Вопрос: Целевая аудитория – это?</b>
	(один правильный ответ)
	a) Группа людей, объединенных общей целью
	<b>b) Группа людей, в отношении которых у пиар-менеджеров имеется конкретная цель</b>
9	<b>Вопрос: В каких случаях можно сказать, что у какой-либо территории «плохой» имидж?</b>
	(один правильный ответ)
	a) <b>Если этот имидж не соответствует ожиданиям конкретной целевой аудитории</b>
	b) Если этот имидж сознательно испорчен конкурентами территории
	c) Если в СМИ появляются негативные отзывы авторитетных журналистов о территории

10	<b>Вопрос: Фирменный стиль – это:</b>
	(один правильный ответ)
	1. <b>Единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах рекламы</b>
	2. Графический элемент товарного знака 3. Определение роли и миссии организации
11	<b>Вопрос: Основная цель геобрендинга – это:</b>
	(один правильный ответ)
	a) Повышение капитализации региона
	b) Повышение уровня жизни жителей
	c) Увеличение лояльности туристов
d) <b>Все перечисленные</b>	
12	<b>Вопрос: Бренд территории – это с одной стороны, набор устойчивых обещаний, которые дает регион своим целевым группам, а с другой – сложившаяся сумма всех ... (вставить термин), получаемых этими целевыми группами</b>
	(один правильный ответ)
	a) <b>Впечатлений</b>
	b) Эмоций c) Чувств
13	<b>Вопрос: Позиционирование территории – это:</b>
	(один правильный ответ)
	a) <b>Устойчивая оценка отличительных черт, преимуществ, достоинств и недостатков территории</b>
	b) Система мер по формированию правильного представления о территории у целевых групп c) Механизмы воздействия на общественное мнение
14	<b>Вопрос: Сайт территории - интернет-ресурс, создаваемый с целью обеспечить полноценную двустороннюю коммуникацию базисного субъекта пиар с...</b>
	(один правильный ответ)
	a) <b>Целевыми группами общественности</b> b) Инвесторами

	с) Конкурентами
15	<p><b>Вопрос: К ресурсам территории НЕ относятся:</b></p> <p>(один правильный ответ)</p> <p>a) Финансовые ресурсы</p> <p>b) Внутренние ресурсы</p> <p>c) <b>Ресурсы воздействия</b></p>
16	<p><b>Вопрос: Заявленная (идеальная) позиция территории, то есть такая, которую спланированно намереваются продвигать в целевые группы – это...</b></p> <p>(один правильный ответ)</p> <p>a) <b>Имидж территории</b></p> <p>b) Репутация территории</p> <p>c) Миссия территории</p>
17	<p><b>Вопрос: Воспринятая аудиторией (действительная) позиция территории – это...</b></p> <p>(один правильный ответ)</p> <p>a) <b>Репутация территории</b></p> <p>b) Имидж территории</p> <p>c) Миссия территории</p>
18	<p><b>Вопрос: К официальной символике территории относятся:</b></p> <p>(несколько правильных ответов)</p> <p>a) <b>герб</b></p> <p>b) <b>флаг</b></p> <p>c) полезные ископаемые</p> <p>d) символы и ассоциации</p>
19	<p><b>Вопрос: Бланк специальной формы, в который заносятся перечень наиболее интересных для организации СМИ и их характеристика – это:</b></p> <p>(один правильный ответ)</p> <p>a) медиакарта</p> <p>b) <b>медиалист</b></p> <p>c) медиаплан</p>

20	<b>Вопрос: Инструментом продвижения путем развития социальных связей и взаимодействия является:</b>
	(один правильный ответ)
	a) проведение выставок;
	b) реализация целевых туристических программ
	<b>с) Своевременная подготовка заявок для участия в федеральных и региональных целевых программах развития и адресных инвестиционных программах</b>

21	<b>Вопрос: Цена территориального продукта для жителей территории – это:</b>
	(один правильный ответ)
	• <b>уровень доходов и социальных льгот, стоимость конкретных товаров и услуг на территории</b>
	• транспортные расходы
	• налоговые льготы

22	<b>Вопрос: К параметрам эффективности использования сайтов региональными органами государственного управления для продвижения их территорий относятся:</b>
	(несколько правильных ответов)
	a) <b>наличие иноязычной версии</b>
	b) <b>тематика, интересующая инвестора/туриста</b>
	c) <b>дизайн сайта</b>

23	<b>Вопрос: В состав инвестиционного паспорта входят:</b>
	(один правильный ответ)
	a) инвестиционные паспорта муниципалитетов,
	b) паспорта предприятий
	c) инвестиционные бизнес-планы
	<b>d) все перечисленное</b>

24	<b>Вопрос: В основе создания логотипов Португалии, Мальты, Польши лежит использование:</b>
	(один правильный ответ)
	a) <b>официальной символики</b>
	b) <b>косвенных ассоциаций с официальной символикой</b>
	c) <b>свободного дизайна логотипа</b>

25	<b>Вопрос: В основе создания логотипов Великобритании и Швеции лежит использование:</b>
	(один правильный ответ)
	a) <b>официальной символики</b>
	b) косвенных ассоциаций с официальной символикой
	c) свободного дизайна логотипа
26	<b>Вопрос: Какой фактор в большей степени влияет на формирование бренда России?</b>
	(один правильный ответ)
	<b>1. Географическое положение</b>
	<b>2. Текущая визуальная политика и символика территории</b>
	<b>3. Природно-ресурсный потенциал</b>
<b>4. Национально-культурные особенности страны</b>	
27	<b>Вопрос: В основе оценки символического бренд-капитала территории лежит:</b>
	(один правильный ответ)
	a) <b>оценка силы бренда, его репутации и привлекательности для потенциальных потребителей</b>
	b) оценка рыночной стоимости бренда, а также доходы от использования бренда
	c) все перечисленное
28	<b>Вопрос: К показателям коммуникативной эффективности при создании геобренда относится:</b>
	(один правильный ответ)
	a) миграция населения
	b) <b>рейтинг территории (бренд-сити-индекс Анхольта)</b>
	c) стоимость бренда города - доходы от бренда (от операций лицензирования – передачи права на использование бренда города)
29	<b>Вопрос: К показателям экономической эффективности при создании геобренда относится</b>
	(один правильный ответ)
	a) стоимость жизни
	b) <b>совокупная заработанная плата занятых в секторе туризма</b>
	c) число туристов

30	<b>Вопрос: Показателями социальной эффективности геобренда являются:</b>
	(один правильный ответ)
	a) <b>качество жизни, стоимость жизни, число рабочих мест в сфере туризма</b>
	b) число туристов, узнаваемость города, рейтинг территории (бренд-сити-индекс Анхольта), отношение к территории со стороны ее потребителей (опросы)
	c) совокупная заработанная плата занятых в секторе туризма, совокупные налоги от туризма, средняя экономия каждого домохозяйства на налогах благодаря развитию туризма, стоимость бренда города - доходы от бренда (от операций лицензирования – передачи права на использование бренда города)

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	Включает нижестоящий уровень. Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и	Включает нижестоящий уровень. Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85

	инициативы				
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

- Музыкант, В. Л. Бренддинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2008766>. – Режим доступа: по подписке.
- Годин, А. М. Бренддинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2016. - 184 с. ISBN 978-5-394-02629-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/329358>. – Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная литература

- Васильева, О. А. Национальный бренддинг России / О. А. Васильева // Маркетинг. - 2014. - № 1. - С. 54-59.
- Визгалов, Д.В. Бренддинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. — 158 с.
- Геобренддинг: практическая коммуникация в продвижении территорий [Текст] / пер. с фр. Ф. Юрковича, 2014. - 245, [3] с.
- Гончарова, Н.А. Формирование системы управления туристской дестинацией (на примере Томской области): дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05 / Гончарова Наталья Александровна. – Санкт-Петербург., 2014. – 213 с.
- Динни, К. Бренддинг территорий. Лучшие мировые практики / пер. с англ. Сечная В. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 380 с.
- Имидж России: концепция национального и территориального бренднга: монография / И.А. Василенко, Е.В. Василенко, В.Н. Ляпоров, А.Н. Люлько; под ред. И.А. Василенко; МГУ им. М.В. Ломоносова, фак. политологии, каф. рос. политики. – М.: Экономика, 2012. - 222 с.
- Осипова, Е. А. Региональный социокультурный бренднг в создании позитивного имиджа России / Е. А. Осипова. - Текст : электронный // Znanium.com. - 2017. - №1-12. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/525039>. – Режим доступа: по подписке.
- Осипова, Е. А. Теория и практика социокультурного бренднга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере : учебное пособие / Е. А. Осипова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - ISBN 978-5-16-103661-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/523512>. – Режим доступа: по подписке.

## 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания

- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университета могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»**  
**Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Управление регионом как туристской дестинацией»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: Реклама и связи с общественностью**

**Профиль: Геобрендинг и урбанистика**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Митрофанова Анна Владимировна, кандидат географических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины **«Управление регионом как туристской дестинацией»**.
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

### 1. Наименование дисциплины: «Управление регионом как туристской дестинацией».

*Цель дисциплины* - развитие навыков самостоятельного анализа факторов и условий развития регионального туризма, понимание государственных механизмов развития туристической сферы как одного из приоритетных направлений развития региона.

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

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК – индикатор достижения компетенции)	Результаты обучения по дисциплине
<p>ПК-4. Способен управлять массовыми коммуникациями, а также внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности/региона, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом для повышения политической, социальной и экономической успешности региона</p>	<p>ПК-4.1 Находит и использует государственные программы по поддержке развития туристической привлекательности территорий.  ПК-4.2 Демонстрирует знания государственных стандартов к формированию туристских услуг.  ПК-4.3 Разрабатывает варианты стратегий развития территории и проекты территориальных брендов.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологические процессы организации работы управления регионом как туристской дестинацией;</li> <li>- государственные стандарты и требования к формированию туристских услуг, входящих в состав регионального туристского продукта. Механизмы, инструменты и методы развития регионального туризма;</li> <li>- подходы отечественных и зарубежных ученых к вопросу организационных аспектов развития регионального туризма.</li> <li>- основные инструменты государственной поддержки формирования и продвижения регионального туристского продукта на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне).</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать мероприятия существующих государственных программ для формирования регионального туристского продукта;</li> <li>- разрабатывать эффективную стратегию работы туристского предприятия, обеспечить взаимодействие с потребителями и партнёрами в рамках формирования и продвижения регионального туристского продукта.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками эффективного управления ресурсами при формировании регионального туристского продукта;</li> <li>- навыками разработки проектов, стратегических документов, направ-</li> </ul>

		ленных на формирование и продвижение регионального туристского продукта.
--	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление регионом как туристской дестинацией» представляет собой обязательную дисциплину для направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

#### *Содержание основных разделов курса*

№ п/п	Наименование темы	Основные понятия (категории) и проблемы, рассматриваемые в теме
1	Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Роль государства в развитии индустрии туризма	Важность учета государственной политики в сфере туризма при планировании деятельности туристской компании. Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности.

2	Анализ нормативно-правовых, стратегических и программных документов, регулирующих развитие туризма на федеральном уровне.	Изучение основных инструментов государственного планирования и развития туристской деятельности, создание условий развития туризма в Российской Федерации. Контроль качества и безопасность туристских услуг.
3	Цели, методы и инструменты развития регионального туризма	Анализ условий развития туризма в Калининградской области. Изучение основных инструментов государственного планирования и развития туристской деятельности в Калининградской области. Знакомство с туристским потенциалом региона.
4	Особенности организации туристской деятельности в пределах зон регламентированного посещения и приграничных территорий.	Правила организации туристского продукта и оказания отдельных туристских услуг в рамках зон регламентированного посещения туристов и приграничных территорий.
5	Особенности организации туристской деятельности в пределах ООПТ	Классификация ООПТ. Особенности организации туристской и экскурсионной деятельности на территории ООПТ. Экологические туры. Проблемы и перспективы развития туризма на ООПТ Калининградской области.
6.	Территориальный брендинг – как инструмент развития регионального туризма	Этапы создания и продвижения территориального бренда. Понятие «территориальный бренд» как нематериальный актив территории. Визуальный образ бренда территории. Анализ существующих логотипов и слоганов Калининградской области как туристического направления. Использование территориального брендинга в качестве одного из инструментов развития туризма в Калининградской области.

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий лекционного типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

*Тема 1 Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Роль государства в развитии индустрии туризма*

*Тема 2. Анализ нормативно-правовых, стратегических и программных документов, регулирующих развитие туризма на федеральном уровне.*

*Тема 3. Цели, методы и инструменты развития регионального туризма*

*Тема 4. Особенности организации туристской деятельности в пределах зон регламентированного посещения и приграничных территорий.*

*Тема 5. Особенности организации туристской деятельности в пределах ООПТ*

*Тема 6. Территориальный брендинг – как инструмент развития регионального туризма.*

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

*Тема 1 Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Роль государства в развитии индустрии туризма.*

Самостоятельное изучение и презентация на семинаре модели государственного управления туризмом в одной из стран мира (по выбору студента).

*Тема 2. Анализ нормативно-правовых, стратегических и программных документов, регулирующих развитие туризма на федеральном уровне.*

Анализ структуры, целей, задач, планируемых показателей результативности инструментов развития туризма в Российской Федерации.

*Тема 3. Цели, методы и инструменты развития регионального туризма.*

Анализ эффективности реализации региональных программ развития туризма на примере государственной программы Калининградской области.

*Тема 4. Особенности организации туристской деятельности в пределах зон регламентированного посещения и приграничных территорий.*

Разработка плана организации тура в рамках посещения зон регламентированного посещения и приграничных территорий.

*Тема 5. Особенности организации туристской деятельности в пределах ООПТ.*

Изучение опыта развития туризма на территориях, имеющих статус ООПТ.

*Тема 6. Территориальный брендинг – как инструмент развития регионального туризма.*

Анализ существующих программ геобрендинга туристских территорий, разработка предложений по их эффективности.

Требования к самостоятельной работе студентов

1. Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по следующим темам:

*Тема 1 Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Роль государства в развитии индустрии туризма*

*Тема 2. Анализ нормативно-правовых, стратегических и программных документов, регулирующих развитие туризма на федеральном уровне.*

*Тема 3. Цели, методы и инструменты развития регионального туризма*

*Тема 4. Особенности организации туристской деятельности в пределах зон регламентированного посещения и приграничных территорий.*

*Тема 5. Особенности организации туристской деятельности в пределах ООПТ*

*Тема 6. Территориальный брендинг – как инструмент развития регионального туризма.*

2. Выполнение домашнего задания, предусматривающего анализ дополнительной литературы, разработка презентаций и подготовка к деловым играм и выполнение практических заданий по следующим темам:

*Тема 1. Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Роль государства в развитии индустрии туризма.*

Изучение и обсуждение нормативно-правовой базы формирования, продвижения и реализации туристского продукта в Российской Федерации.

*Тема 2. Анализ нормативно-правовых, стратегических и программных документов, регулирующих развитие туризма на федеральном уровне.*

Анализ государственной политики в сфере туризма, государственных программ, направленных на создание условий для развития туристской деятельности в Российской Федерации.

*Тема 3. Цели, методы и инструменты развития регионального туризма.*

Процесс планирования деятельности туристской фирмы с учетом действующего законодательства и государственной региональной политики развития туризма.

Тренинг «Анализ эффективности Государственной программы Калининградской области «Туризм».

*Тема 4. Особенности организации туристской деятельности в пределах зон регламентированного посещения и приграничных территорий.*

Особенности организации туров в пределах территорий регламентированного режима посещения. Особенности организации туристской деятельности в пределах Калининградской области. Описание существующих режимов, регламентирующих посещение региона для российских и иностранных туристов: пограничная зона и зона регламентированного посещения. Особый режим въезда в Калининградскую область для туристов, прибывающих железнодорожным транспортом, получение УПЖД. Особенности работы с консульскими службами, расположенными на территории Калининградской области.

*Тема 5. Особенности организации туристской деятельности в пределах ООПТ.*

Основные правила посещения и организации туристской и экскурсионной деятельности на территории с особым природоохранным режимом (национальные парки, заказники, заповедники и др.). Зонирование территорий с особым природоохранным режимом. Зоны туристско-рекреационного освоения. Экологические туры. Рассмотрение ООПТ Калининградской области. Особенности организации туристской и экскурсионной деятельности с ООПТ Калининградской области.

*Тема 6. Территориальный брендинг – как инструмент развития регионального туризма Территориальный брендинг.*

Современные технологии, основные инструменты продвижения регионального туристского продукта. Интернет-маркетинг. SMM –маркетинг.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
<i>Тема 1 Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Роль государства в развитии индустрии туризма</i>	<i>ПК-4</i>	<i>Подготовка и защита презентаций на семинарском занятии</i>
<i>Тема 2. Анализ нормативно-правовых, стратегических и программных документов, регулирующих развитие туризма на федеральном уровне.</i>	<i>ПК-4</i>	<i>Подготовка и защита презентаций на семинарском занятии. Участие в тренинге «Разработка мер по совершенствованию методов развития туризма в Российской Федерации»</i>
<i>Тема 3.Цели, методы и инструменты развития регионального туризма</i>	<i>ПК-4</i>	<i>Подготовка и защита презентаций на семинарском занятии. Участие в тренинге «Анализ эффективности государственной программы Калининград-</i>

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
		<i>ской области «Туризм».</i>
<i>Тема 4. Особенности организации туристской деятельности в пределах зон регламентированного посещения и приграничных территорий.</i>	<i>ПК-4</i>	<i>Подготовка и защита презентаций на семинарском занятии</i>
<i>Тема 5. Особенности организации туристской деятельности в пределах ООПТ</i>	<i>ПК-4</i>	<i>Подготовка и защита презентаций на семинарском занятии</i>
<i>Тема 6. Территориальный брендинг – как инструмент развития регионального туризма.</i>	<i>ПК-4</i>	<i>Подготовка и защита презентаций на семинарском занятии</i>

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

*Например,*

*В рамках изучения дисциплины используются контрольные работы по темам, проводятся семинарские занятия, деловые игры, тренинги, выполнение практических работ. Для контроля самостоятельной работы используются формы рефератов и презентаций.*

*Тема 1. Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Роль государства в развитии индустрии туризма.*

*Изучение и обсуждение нормативно-правовой базы формирования, продвижения и реализации туристского продукта в Российской Федерации.*

*Тема 2. Анализ нормативно-правовых, стратегических и программных документов, регулирующих развитие туризма на федеральном уровне.*

*Анализ государственной политики в сфере туризма, государственных программ, направленных на создание условий для развития туристской деятельности в Российской Федерации.*

*Тренинг «Разработка мер по совершенствованию методов развития туризма в Российской Федерации». Аудитория делится на две группы и работает с учетом изученного материала над разработкой предложений по совершенствованию методов развития туризма в Российской Федерации. Тренинг направлен на освоение изученного материала, его анализ и выработку навыков системного и мышления и критического видения ситуации.*

	Программные методы	Непрограммные методы

*Тема 3. Цели, методы и инструменты развития регионального туризма.*

*Процесс планирования деятельности туристской фирмы с учетом действующего законодательства и государственной региональной политики развития туризма.*

Тренинг «Анализ эффективности Государственной программы Калининградской области «Туризм». Аудитория делится на три группы и работает с учетом изученного материала над оценкой эффективности Государственной программы Калининградской области «Туризм. Тренинг направлен на освоение изученного материала, его анализ и выработку навыков системного и мышления и критического видения ситуации.

Критерии оценки	Оцениваются
Проблема	-факт наличия проблемы; анализ исходной ситуации, сложившихся и прогнозируемых тенденций, основных проблем в соответствующей сфере; -соответствие решаемой задачи утвержденным приоритетам социально-экономического развития;
Цель	-четкость формулировки цели; ее соответствие проблеме, верифицируемость (проверяемость) факта достижения целей, также соответствие цели свойствам специфичности, конкретности, достижимости, релевантности.
Структура и паспорт программы	соответствие структуры и паспорта программы требованиям региональной нормативной базы по разработке и реализации государственных программ Калининградской области.
Задачи и подпрограммы	соответствие задач и структуры подпрограмм цели программы, необходимость и достаточность задач и подпрограмм для достижения цели программы.
Мероприятия	соответствие основных мероприятий задачам подпрограмм, необходимость и достаточность для решения задач.

*Тема 4. Особенности организации туристской деятельности в пределах зон регламентированного посещения и приграничных территорий.*

Особенности организации туров в пределах территорий регламентированного режима посещения. Особенности организации туристской деятельности в пределах Калининградской области. Описание существующих режимов, регламентирующих посещение региона для российских и иностранных туристов: пограничная зона и зона регламентированного посещения. Особый режим въезда в Калининградскую область для туристов, пребывающих железнодорожным транспортом, получение УПЖД. Особенности работы с консульскими службами, расположенными на территории Калининградской области.

*Тема 5. Особенности организации туристской деятельности в пределах ООПТ.*

Основные правила посещения и организации туристской и экскурсионной деятельности на территории с особым природоохранным режимом (национальные парки, заказники, заповедники и др.). Зонирование территорий с особым природоохранным режимом. Зоны туристско-рекреационного освоения. Экологические туры. Рассмотрение ООПТ Калининградской области. Особенности организации туристской и экскурсионной деятельности с ООПТ Калининградской области.

*Тема 6. Территориальный брендинг – как инструмент развития регионального туризма Территориальный брендинг.*

Подготовка презентации с примерами современных технологий, основных инструментов продвижения регионального туристского продукта. Интернет-маркетинг. SMM – маркетинг.

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Что включает в себя государственное регулирование туризма.

2. Какие задачи стоят перед государством, целью которого является стимулирование и развитие туризма.
3. Основные принципы и механизмы государственного регулирования туризма.
4. Государственные программы развития индустрии туризма (федеральные, региональные и др.).
5. Создание туристских кластеров для развития туризма в Российской Федерации.
6. Каковы основные модели государственного регулирования туризма.
7. Сравнить модель государственного управления туризмом в Российской Федерации с передовыми в сфере туризма странами.
8. Какова структура государственного управления туризмом в Российской Федерации.
9. Регулирование туристской деятельности на различных уровнях власти РФ.
10. Законодательство, регулирующее туристскую деятельность в Российской Федерации.
11. Основные показатели влияния туризма на социально-экономическое развитие регионов.
12. Основные требования, предъявляемые к туристскому продукту, в соответствии с действующим законодательством.
13. Определите понятия «Концепция развития туризма», «Стратегия развития туризма», «Программа развития туризма».
14. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года.
15. Периоды развития туризма в России и их характеристика.
16. Неправительственные специализированные организации, занимающиеся вопросами туризма: профессиональные; осуществляющие сотрудничество в организации туристского обмена; социального туризма; молодежного и студенческого туризма; транспортного обслуживания туристов.
17. Программные и непрограммные методы развития туризма в Калининградской области.
18. Структура управления туризмом в Калининградской области.
19. Роль региональных неправительственных организаций в развитии туризма в Калининградской области.
20. Цель, задачи и основные показатели государственной программы Калининградской области «Туризм».
21. Приоритетные направления развития туризма в Калининградской области.
22. Анализ статистических данных развития туризма в Калининградской области.
23. Политика развития туризма в Калининградской области.
24. Территориальный брендинг как инструмент регионального развития туризма.
25. Трансграничное сотрудничество в сфере туризма.
26. Перспективы развития туризма в регионах Российской Федерации.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низестоящий уровень.</i>	отлично	зачтено	86-100

		Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература:

1. Государственное и муниципальное управление : учебник / под ред. проф. Н.И. Захарова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 289 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1601. - ISBN 978-5-16-009194-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1859958>. – Режим доступа: по подписке.
2. Мухаев, Р. Т. Государственное и муниципальное управление : учебник / Р.Т. Мухаев, Р.А. Абрамов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 468 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1222458. - ISBN 978-5-16-016727-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1913810>. – Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная литература:

1. Основы туризма [Электронный ресурс] : учеб. для вузов / [Е. Н. Трофимов [и др.] ; под науч. ред. Е. Л. Писаревского, 2014. - 1 on-line, 374 с. Чудновский А. Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и госте-

приимства и основные направления реализации туристского продукта [Электронный ресурс] : учеб. для вузов / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, 2014. - 1 on-line, 290 с.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

#### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»**  
**Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Фандрайзинг в проектах регионального развития»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

## Лист согласования

**Составитель:** Дементьев Илья Олегович, кандидат исторических наук, доцент.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Фандрайзинг в проектах регионального развития».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Фандрайзинг в проектах регионального развития».

Цель дисциплины — формирование систематизированных знаний об основных принципах и особенностях деятельности по фандрайзингу (привлечению ресурсов) в целях регионального развития.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Демонстрирует знание этапов жизненного цикла проекта, методов и механизмов управления проектом на каждом из этапов. УК-2.2 Использует методы и механизмы управления проектом для решения профессиональных задач.	<b>Знать:</b> - важнейшие понятия и термины фандрайзинга, факторы влияния на региональное развитие, субъекты общественной жизни, источники ресурсов для некоммерческой деятельности в социальной сфере. <b>Уметь:</b> - формулировать фандрайзинговые предложения с опорой на знания основных принципов и методов фандрайзинга, правовых и этических норм; <b>Владеть:</b> - навыками презентации фандрайзинговых предложений для органов государственной власти.
ПК-2. Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью, включая разработку программ сохранения и освоения культурного и природного наследия	ПК-2.1. Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие. ПК-2.2. Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-2.3. Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.	<b>Знать:</b> - основные факторы, влияющие на сохранение и использование культурного и природного наследия на федеральном и региональном уровне. <b>Уметь:</b> - находить актуальную информацию о ресурсных возможностях для реализации проектов по сохранению наследия. - использовать полученные знания для осуществления проектно-аналитической деятельности. <b>Владеть:</b> навыками анализа ситуации (в том числе основами анализа рисков и SWOT-анализа); - навыками анализа ситуации в сфере наследия для разработки

		фандрайзинговых предложений и планов фандрайзинговых кампаний.
ПК-4. Способен применять технологии создания бренда, управления массовыми коммуникациями, а также выстраивать и налаживать взаимоотношения с органами государственной власти, внедрять планы стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности/региона, выстраивать отношения между обществом, властью, бизнесом для повышения политической, социальной и экономической успешности региона	<p>ПК-4.1. Использует инструменты взаимодействия некоммерческих, государственных организаций с органами власти.</p> <p>ПК-4.2. Находит и использует государственные программы по поддержке развития туристической привлекательности территорий.</p> <p>ПК-4.3. Демонстрирует знания государственных стандартов к формированию туристских услуг.</p> <p>ПК-4.4. Разрабатывает варианты стратегий развития территории и проекты территориальных брендов.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные проблемы регионального развития и пути их решения с помощью привлечения ресурсов (на уровне разных субъектов общественной жизни);</li> <li>- полномочия и функционал органов государственной власти, а также характер принятия решений, в том числе относительно разработки и реализации стратегий регионального развития, распределения ресурсов, стимулирования социального партнёрства.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять характер и границы взаимодействия с органами государственной власти с учётом правовых норм и этических ограничений; искать информацию о возможностях государственного финансирования проектов и программ регионального развития.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания авторского текста по тематике ресурсной обеспеченности регионального развития.</li> </ul>

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Фандрайзинг в проектах регионального развития» представляет собой дисциплину базовой части блока дисциплин подготовки студентов.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период ат-

тестации. Контактная работа может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по проектам — при наличии проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Фандрайзинг: понятие, сущность, значение	Понятие фандрайзинга. Технологии привлечения ресурсов. Ресурсы для реализации социальной / культурной / образовательной политика. Природа фандрайзинга: пересечение менеджмента и социальной работы. История явления: благотворительная поддержка проектов в России и за рубежом. Значение фандрайзинга в общественной жизни. Фандрайзинг образовательных организаций и организаций культуры. Привлечение ресурсов в науке. Фандрайзинг как фактор развития некоммерческого сектора. Масштаб фандрайзинговой деятельности.
2	Формы и методы фандрайзинга	Основные формы и методы фандрайзинга. Три сектора общественной жизни: государственный (муниципальный), частный, общественный. Бюджетная поддержка проектов: ограничения и возможности. Спонсорство: юридические и экономические аспекты. Корпоративная благотворительность: механизмы и формы. Меценатство. Поддержка проектов благотворительными фондами.
3.	Программы и проекты в сфере регионального развития	Виды программ и проектов в сфере регионального развития. Нормативная база для проектирования регионального развития (федеральная и региональная). Комплексные целевые программы. Стратегии развития региона и отдельных отраслей.
4.	Социальное проектирование	Технологические аспекты разработки проектов и программ в социальной сфере. Маркетинг некоммерческой деятельности. Целевая аудитория.

		Принципы работы с аудиторией проекта. Анализ состава и потребностей аудитории. Факторы успешности проекта. Анализ рисков, SWOT-анализ — инструменты, используемые в проектировании.
5.	Фандрайзинговая кампания	Цикл фандрайзинга. Подготовка и проведение фандрайзинговой кампании. Основные этапы кампании: подготовка, проведение, отчётность. Информационное обеспечение фандрайзинга. Анализ эффективности фандрайзинга. Технология работы со спонсорами и благотворителями. Понятие целевого капитала. Эндаумент-фонды: проблемы и перспективы. Негосударственные (частные и общественные) фонды. Специфика работы грантодающих организаций. Конкурсы научных проектов. Источники информации о программах фондов.
6.	Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга	Социальное партнёрство как ресурс «третьего сектора». Добровольчество: роль и значение волонёрского труда. Исторические аспекты развития добровольчества в России и за рубежом. Проблемы волонтариата. Технологии работы с добровольцами. Краудфандинг.
7.	Технологии и способы привлечения средств	Фандрайзинг в условиях развития современных информационно-коммуникационных технологий. Массовые рассылки (e-mail). Адресные и безадресные обращения. Ящики для пожертвований. Прямой диалог с жертвователями. Публичные мероприятия. Флешмоб, PhotoDay. Реклама и СМИ. «Новые медиа» и роль социальных сетей. Фандрайзер: специфика профессии, компетенции, идеальный образ. Психология фандрайзинга.
8.	Правовые и этические аспекты фандрайзинга	Нормативная база для развития фандрайзинга. Экономический смысл фандрайзинга: налоговые и управленческие аспекты. Этические проблемы при проведении фандрайзинговой кампании. Конфликт интересов. Защита персональных данных. Вопросы репутации в фандрайзинге.
9.	Оценка фандрайзингового предложения	Оценка некоммерческого проекта и фандрайзингового предложения. Экспертиза. Критерии оценки. Прогнозирование кратко- и долгосрочной эффективности.
10.	Привлечение ресурсов в контексте регионального и местного развития	Региональные программы. Источники ресурсов в Калининградской области: федеральные и региональные программы, фонды. Фонд президентских грантов и Президентский фонд культурных инициатив. Конкурсы компании «ЛУКОЙЛ». Благотворительные фонды на региональном уровне. Международные фонды. Программы приграничного сотрудничества. Положительный опыт краудфандинга в регионе.

11.	Анализ регионального кейса	Анализ одного успешного кейса привлечения ресурсов в интересах регионального развития.
12.	Разработка плана фандрайзинга	Разработка плана фандрайзинговой кампании для реализации проекта в интересах регионального развития

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1: Фандрайзинг: понятие, сущность, значение.

Понятие «фандрайзинг». Теоретические и исторические аспекты фандрайзинга.

Тема 2: Формы и методы фандрайзинга

Три сектора общественной жизни: исторические и теоретические аспекты.

Тема 3: Программы и проекты в сфере регионального развития

Нормативная база для регионального развития.

Тема 4: Социальное проектирование

Маркетинг некоммерческой деятельности.

Тема 5: Фандрайзинговая кампания

Цикл фандрайзинга.

Тема 6: Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга

Понятие «социальное партнёрство». Специфика работы с добровольцами (исторические и методические аспекты).

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

Тема 1: Фандрайзинг: понятие, сущность, значение

Вопросы для обсуждения: Исторические аспекты фандрайзинга. Фандрайзинг в образовании. Привлечение ресурсов в культуре. Общественное значение фандрайзинговой деятельности.

Тема 2: Формы и методы фандрайзинга

Вопросы для обсуждения: Источники ресурсов: бюджетные, частные, общественные. Государственное финансирование. Спонсорство. Корпоративная благотворительность. Меценатство. Благотворительные фонды как субъекты социальной политики.

Тема 3: Программы и проекты в сфере регионального развития

Вопросы для обсуждения: Нормативная база для проектирования регионального развития: федеральный уровень, региональный уровень, муниципальный уровень. Стратегии развития региона (на примере Калининградской области).

Тема 4: Социальное проектирование

Вопросы для обсуждения: Разработка проекта в социальной сфере. Маркетинг некоммерческой деятельности. Анализ рисков. SWOT-анализ.

Тема 5: Фандрайзинговая кампания

Вопросы для обсуждения: Цикл фандрайзинга. Информационное обеспечение фандрайзинга. Технологии работы с благотворителями и спонсорами. Целевой капитал. Программы приграничного сотрудничества (опыт, значение, перспективы).

Тема 6: Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга

Вопросы для обсуждения: Социальное партнёрство: понятие и сущность. Технологии работы с добровольцами. Краудфандинг.

Тема 7: Технологии и способы привлечения средств

Вопросы для обсуждения: Массовые рассылки. Обращения к донорам. Публичные мероприятия. «Новые медиа».

Тема 8: Правовые и этические аспекты фандрайзинга

Вопросы для обсуждения: Правовые аспекты фандрайзинга. Экономический смысл деятельности по привлечению ресурсов. Этические проблемы фандрайзинга.

Тема 9: Оценка фандрайзингового предложения

Вопросы для обсуждения: Подходы к оценке и критерии оценки фандрайзингового предложения. Прогнозирование эффективности фандрайзинга.

Тема 10: Привлечение ресурсов в контексте регионального и местного развития

Вопросы для обсуждения: Федеральные программы регионального развития. Региональные программы. Частные (корпоративные) источники ресурсов в регионе.

Тема 11: Анализ регионального кейса

Практикум с презентацией успешных кейсов фандрайзинга.

Тема 12: Разработка плана фандрайзинга.

Практикум с презентацией плана фандрайзинговой кампании в интересах регионального развития.

#### Примерная тематика презентаций

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема презентации
11.	Анализ регионального кейса	Привлечение ресурсов для развития общественного учреждения культуры (Виштынецкого эколого-исторического музея) в 2018—2022 годах Кампании по сбору средств в пользу детей, страдающих тяжёлыми заболеваниями, в 2020—2022 годах Региональное развитие в проектах, поддержанных Компанией «ЛУКОЙЛ» в 2018—2021 годах
12.	Разработка плана фандрайзинга	План фандрайзинга для - издания книги — учебного пособия по экологии Балтийского региона - реализации проекта по созданию условий для арт-терапии в интересах молодых людей с ограниченными возможностями здоровья в муниципалитете - развития частного музея, ориентированного на изучение советского времени в регионе

#### Требования к самостоятельной работе студентов

1. Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы, по следующим темам: Понятие фандрайзинга. Природа фандрайзинга. Привлечение ресурсов в науке. Фандрайзинг как фактор развития некоммерческого сектора. Три сектора общественной жизни. Виды программ регионального развития. Целевая аудитория. Особенности работы грантодающих организаций. Конкурсы научных проектов. Фандрайзер: специфика профессии. Вопросы репутации в фандрайзинге.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам — при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Фандрайзинг: понятие, сущность, значение	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос, контрольная работа
Формы и методы фандрайзинга	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос
Программы и проекты в сфере регионального развития	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос
Социальное проектирование	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос, тестирование
Фандрайзинговая кампания	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос
Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос, контрольная работа
Технологии и способы привлечения средств	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос
Правовые и этические аспекты фандрайзинга	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос, контрольная работа
Оценка фандрайзингового предложения	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос
Привлечение ресурсов в контексте регионального и местного развития	УК-2; ПК-2; ПК-4	Опрос
Анализ регионального кейса	УК-2; ПК-2; ПК-4	Презентация кейса
Разработка плана фандрайзинга	УК-2; ПК-2; ПК-4	Презентация плана

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

По теме «Социальное партнёрство как предпосылка успешного фандрайзинга»

### *Тест*

1. Программы, финансируемые из регионального бюджета, являются:

- а) городскими;
- б) **областными;**
- в) федеральными.

2. За счет каких средств государство реализует цели культурной политики:

- а) коммерческих организаций;
- б) спонсоров и меценатов;
- в) **налогоплательщиков.**

3. Коллективное сотрудничество людей, добровольно объединяющих ресурсы для поддержки других людей или организаций, называется:

- а) **краудфандинг;**
- б) спонсоринг;
- в) фандрайзинг.

Вопрос для опроса или письменные задания:

1. Какие существуют источники для финансирования региональных проектов за счёт средств частных корпораций в Калининградской области?
2. Каковы этапы жизненного цикла фандрайзинга?
3. Чем отличается спонсорство от меценатства?

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Понятие фандрайзинга.
2. Технологии привлечения ресурсов
3. История фандрайзинга.
4. Фандрайзинг в образовании, культуре, науке.
5. Понятие фандрайзинга. Технологии привлечения ресурсов.
6. Бюджетная поддержка проектов.
7. Спонсорство и корпоративная благотворительность.
8. Благотворительные фонды.
9. Нормативная база для проектирования регионального развития.
10. Социальное проектирование.
11. Цикл фандрайзинга.
12. Целевой капитал.
13. Программы приграничного сотрудничества.
14. Источники информации о программах фондов.
15. Добровольчество. Технологии работы с добровольцами.
16. Краудфандинг.
17. Фандрайзинг в условиях современных ИКТ.
18. Технологии фандрайзинга.
19. Правовая база для привлечения ресурсов.
20. Экономические аспекты фандрайзинга.
21. Этические проблемы при проведении фандрайзинговой кампании.
22. Оценка фандрайзингового предложения.
23. Источники ресурсов для регионального развития: Калининградская область.
24. Успешный опыт фандрайзинга в интересах регионального развития: Калининградская область.

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу	отлично	зачтено	86-100

		теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий			
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Шевченко, Д. А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере : учебник / Д.А. Шевченко. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 232 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-110315-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865853>.

2. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг : монография / М. Ю. Горнштейн. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 404 с. - ISBN 978-5-394-03266-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081779>. — Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная литература

1. Волонтерство в России: отечественный опыт и современность : монография / под науч. ред. В. И. Василенко, В. М. Зорина. - Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. - 400 с. - ISBN 978-5-85006-236-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1387014>. — Режим доступа: по подписке.

2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 294 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016384-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1127684>. — Режим доступа: по подписке.

3. Монахова, О. А. Будущее благотворительности в России : опыт Международного Фонда Шодиева : монография / О. А. Монахова. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2020. - 242 с. - ISBN 978-5-7567-1078-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1240832>. — Режим доступа: по подписке.

4. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере : учебное пособие / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин. - Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2016. - 92 с. - ISBN 978-5-8158-1809-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1875547>. — Режим доступа: по подписке.

5. Тихомирова, О. Г. Управление проектами: практикум : учебное пособие / О.Г. Тихомирова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 273 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/17635. - ISBN 978-5-16-011601-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1221080>.— Режим доступа: по подписке.

6. Франкель, Н. Партнерство и спонсорство в event-индустрии. Игра вдолгую : практическое руководство / Н. Франкель. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 240 с. - (Деловой бестселлер). - ISBN 978-5-4461-1383-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1831602>. — Режим доступа: по подписке.

7. Шевченко, Д. А. Фандрайзинг образовательной организации : учебное пособие для обучающихся по дополнительным профессиональным программам / Д. А. Шевченко. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 335 с. - ISBN 978-5-394-03837-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081823>.

В библиотеке БФУ им. И. Канта:

8. Артемьева, Т.В. Фандрайзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры: учеб. пособие / Т.В. Артемьева, Г.Л. Тульчинский. СПб.; Мю; Краснодар: Лань, 2010. 286 с. (ч/з №1).

9. Добровольчество и волонтерство в России: традиции и тенденции: монография. М.: Русайес, 2020. 108 с. (ч/з №4).

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;

- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения — мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий — при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п. 11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Балтийский федеральный университет  
имени Иммануила Канта»  
**ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Философия города как основа урбанистики»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Полякова И.А., канд. филос.н., доц.; Душутин Н.Н.; доц.

Рабочая программа утверждена на заседании (коллегиального экспертного органа образовательно-научного кластера)

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Философия города как основа урбанистики».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Философия города как основа урбанистики».

**Цель изучения дисциплины:** формирование знаний о философских стратегиях осмысления и проблематизации темы города.

Проблематика курса включает: постановку и анализ философских проблем города; историко-философский анализ концепций идеального города, предложенных в разные исторические периоды; приложение философских концепций и методов к исследованиям города и архитектуры.

Задачи дисциплины: выявление и изучение философских концепций, повлиявших на формирование дисциплинарного поля и определение основных понятий урбанистики; сформировать представление о разных аспектах функционирования городских пространств и их осмыслении средствами философской антропологии и философии культуры.

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

Код и содержание компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-5</b> Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<i>УК-5.1</i> Анализирует аксиологические системы; обосновывает актуальность их учета в социальном и профессиональном взаимодействии.	<b>Знать:</b> - имеет представление о философских подходах к проблематике города. Знает основные термины, понятия и теории, выработанные философией и используемые урбанистикой и смежными с ней науками.  <b>Уметь:</b> - отбирать и систематизировать информацию по темам занятий. В изложении тем курса учитывает многообразие ценностей культуры и влияние ценностных ориентаций на проекты организации городского пространства. В ответах подкрепляет изложение ссылками на концепции отечественных и зарубежных философов, теоретиков архитектуры и урбанистики. - понимать проблемы и тенденции развития городов, объяснять их причины, интерпретировать с учетом историко-культурного и историко-философского контекста.  <b>Владеть:</b> - навыками применения ценностного подхода, идей и концепции философии культуры и философской антропологии к решению проблем

		<p>современного города. Соотносит свою точку зрения с идеями проработанных концепций, владеет методами аргументации, сравнительного анализа, классификации и реконструкции. Демонстрирует навыки проектного мышления.</p>
	<p><b>УК-5.2</b> Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом культурных особенностей представителей разных этносов, конфессий и социальных групп.</p>	<p><b>Знать:</b> - Способен оценить эффективность применения современного философского знания о городе в процессе профессиональной деятельности, опираясь на четко сформулированные критерии.</p> <p><b>Уметь:</b> - В личном и коллективном общении придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов, конфессий и социальных групп</p> <p><b>Владеть:</b> - Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров в межкультурном взаимодействии.</p>
<p><b>ОПК-3</b> Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p><b>ОПК-3.1</b> Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. Осуществляет аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.</p>	<p><b>Знать:</b> - методы исследования тем и проблем, ориентированных на разработку методики решения профессиональных задачи в области философского осмысления городского и общественного пространства.</p> <p><b>Уметь:</b> - применять философские концепции и модели в проектной деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> - самостоятельно ставит и решает актуальные научно-практические и социально-практические задачи. Владеет междисциплинарным аналитическим аппаратом и навыками творческой работы, позволяющими исследовать культурные формы и</p>

		<p>процессы города на современном профессиональном концептуальном уровне. Применяет достижения отечественной и зарубежной философии в разработке территориальных брендов. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях.</p>
	<p><b>ОПК-3.2</b> Осуществляет авторскую и редакторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	<p>Знать: - профессиональные стандарты и нормы профессиональной этики.</p> <p>Уметь: - планировать и осуществлять личную профессиональную деятельность на основе существующих социальных и этических норм, несет ответственность за принятые решения.</p> <p>Владеть: - навыками аналитической работы с различными видами современной цифровой культуры в вербальных, визуальных, аудио и мультимедийных форматах. Критически читает и создает тексты различных академических и медийных форматов. Ясно и грамотно формулирует цели и задачи создаваемых текстов и медиа-продуктов.</p>

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Философия города как основа урбанистики» включена в обязательную часть (блок) основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» по направлению «Геобрендинг и урбанистика». Осваивается во втором семестре I курса и в первом семестре второго курса магистратуры.

Для освоения дисциплины обучающиеся используют знания, умения, сформированные в процессе реализации программ бакалавриата по истории, культурологии, региональной культурологии, философии. Дисциплина связана со следующими учебными курсами: «Введение в урбанистику (*Urban studies*)», «Город как культурный феномен», «Город как место сохранения и трансляции культурной памяти».

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной ауди-

торной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1.	Философия города: предмет и задачи курса.	Характеристика основных подходов к определению города в философских науках. Социальные и гуманитарные аспекты городской среды.
2.	Город – идея и проблема в истории философии.	Представление об идеальном городе в античности и его философское осмысление: город-полис; феномен Афин и Спарты; город справедливый и несправедливый; образ справедливого города в диалогах Платона и сочинениях Аристотеля; благополучие города как мерило всех ценностей. Миф об Атлантиде; Атлантида как утопическая модель. Идея «двух градов» в христианской концепции истории (Аврелий Августин). Метафора города и ее методологическое значение в «Рассуждениях о методе» Р. Декарта. Концепции идеального города в утопиях Т. Мора, Ф. Бэкона, Т. Кампанеллы. Город как зеркало социальных процессов (Ф. Энгельс). Урбанизм и антиурбанизм в полемике славянофилов и западников.
3.	Город в проблемном поле философии культуры и семиотики.	Город как знак культурного типа в концепции локальных культур О. Шпенглера. Мировой город и провинция. Город как визуально и знаково-символически организованная форма культуры. Феноменология города Ю.М. Лотмана. Городское пространство и языки его описания. Анализ базовых урбанистических метафор.
4.	Философско-антропологическое измерение города.	Антропологические феномены города. Философское осмысление общественных пространств города (рынок, площадь, храм, театр) и др. Экзистенциальный подход к городу и экзистенциальные аспекты пространства города (свобода, одиночество, судьба, случай, вина, страх, тоска и др.)
5.	Феномен урбанизации в зеркале	Тема города в философии постмодернизма.

	современной философии.	«Полис» и «номос» в номадологии Ж. Делёза и Ф. Гваттари. Критика урбанизации в современной протестантской теологии. Урбанизация и секуляризация (Х. Кокс). Философское осмысление социологических идей Чикагской и Лос-Анджелесской школ урбанистики. Урбанизм как образ жизни. Принцип «Человеческой экологии» в анализе городского пространства. Идеи нового урбанизма «Право на город» (А. Лефевр). Город как сцена (новые общественные пространства и их концептуализация). Город как лаборатория. Город в сценариях будущего.
6.	Философия и архитектура.	Герменевтика архитектуры. Архитектура и иконография.

#### **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

***Рекомендуемая тематика учебных занятий лекционного типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):***

Тема 1. Философия города: предмет и задачи курса.

Вопросы для обсуждения.

Характеристика основных подходов к определению города в философских науках. Социальные и гуманитарные аспекты городской среды.

Тема 2. Город – идея и проблема в истории философии.

Вопросы для обсуждения.

Представление об идеальном городе в античности и его философское осмысление: город-полис; феномен Афин и Спарты; город справедливый и несправедливый; образ справедливого города в диалогах Платона и сочинениях Аристотеля; благополучие города как мерило всех ценностей. Миф об Атлантиде; Атлантида как утопическая модель. Идея «двух градов» в христианской концепции истории (Аврелий Августин).

Метафора города и ее методологическое значение в «Рассуждениях о методе» Р. Декарта. Концепции идеального города в утопиях Т. Мора, Ф. Бэкона, Т. Кампанеллы. Концепции идеального города в утопиях Т. Мора, Ф. Бэкона, Т. Кампанеллы. Город как зеркало социальных процессов (Ф. Энгельс). Урбанизм и антиурбанизм в полемике славянофилов и западников.

Тема 3. Город в проблемном поле философии культуры и семиотики.

Вопросы для обсуждения.

Город как знак культурного типа в концепции локальных культур О. Шпенглера. Мировой город и провинция. Феноменология города Ю.М. Лотмана. Городское пространство и языки его описания. Анализ базовых урбанистических метафор.

Тема 4. Философско-антропологическое измерение города.

Вопросы для обсуждения.

Антропологические феномены города. Философское осмысление общественных пространств города (рынок, площадь, храм, театр) и др. Экзистенциальный подход к городу и экзистенциальные аспекты пространства города (свобода, одиночество, судьба, случай, вина, страх, тоска и др.)

Тема 5. Феномен урбанизации в зеркале современной философии.

Вопросы для обсуждения.

Тема города в философии постмодернизма. «Полис» и «номос» в номадологии Ж. Делёза и Ф. Гваттари. Критика урбанизации в современной протестантской теологии. Урбанизация и секуляризация (Х. Кокс). Философское осмысление социологических идей Чикагской и Лос-Анджелесской школ урбанистики. Урбанизм как образ жизни. Принцип «Человеческой экологии» в анализе городского пространства. Идеи нового урбанизма «Право на город» (А. Лефевр).

### **Рекомендуемая тематика *практических* занятий:**

Тема 3. Город в проблемном поле философии культуры и семиотики.

Вопросы для обсуждения.

Город как визуально и знаково-символически организованная форма культуры.

Тема 4. Философско-антропологическое измерение города.

Вопросы для обсуждения.

Философское осмысление общественных пространств города (рынок, площадь, храм, театр) и др.

Тема 5. Феномен урбанизации в зеркале современной философии.

Вопросы для обсуждения.

Город как сцена (новые общественные пространства и их концептуализация). Город как лаборатория. Город в сценариях будущего.

Тема 6. Философия и архитектура.

Вопросы для обсуждения.

Герменевтика архитектуры. Архитектура и иконография.

### ***Темы самостоятельной работы студентов***

Тема 2. Город – идея и проблема в истории философии.

Вопросы для обсуждения.

1. Как следует понимать высказывание, приписываемое Гераклиту Эфесскому: «Желающие говорить разумно должны опираться на всеобщее, так же как город на закон, даже еще крепче»? Как понимали закон городского устройства Платон и Аристотель?
2. Внимательно прочитайте следующий фрагмент из диалога Платона «Федр» (230 с–d; пер. А.Н. Егунова). На какие философские и этические принципы опирается Сократ в своем ответе?  
«Федр: А ты, поразительный человек, все-таки крайне чудаковат. Ты так говоришь, словно ты какой-то чужеземец, нуждающийся в проводнике, а не местный житель. Из нашего города ты не только не едешь в зарубежные края, но, мне кажется, и вовсе не выходишь за городскую стену.

- Сократ: Извини меня, добрый мой друг, я ведь любознателен, а местности и деревья ничему не хотят меня научить, не то что люди в городе».
3. Почему Аристотель считал, что человек лишь в городе обретает человеческое существование? Как он характеризует «человека без города»?
  4. Соотносима ли с современными урбанистическими концепциями идея Аврелия Августина о существовании «двух градов»: Небесного и Земного?
  5. Какова роль религии в устройстве города Солнца в социальной утопии Т. Кампанеллы?
  6. Какими чертами обладают солярии – обитатели идеального города Солнца Т. Кампанеллы? Как эти черты связаны с общими мировоззренческими и философскими принципами эпохи?
  7. «Двор изучите вы и город изучите: / Здесь много образцов, их пристально ищите». Какие черты классической формы мышления иллюстрирует фрагмент из поэмы Никола Буало «Поэтическое искусство» (*L'Art poétique*; пер. С. Нестеровой, Г. Пиралова)?
  8. Как Ф. Бэкон интерпретирует слова афинянина Фемистокла, ответившего на просьбу сыграть на празднестве на лютне: «Бренчать не умею, зато могу сделать из малого городка великий город»?
  9. Какие общие черты устройства идеального города можно выделить при сопоставлении «Новой Атлантиды» Ф. Бэкона с «Городом Солнца» Т. Кампанеллы? Покажите связь утопий XVII в. с реальными процессами, происходившими в жизни общества и государства.
  10. Почему чрезмерную величину города Т. Гоббс («Левиафан») считает «недугом» государства?
  11. Раскройте понятие «мирового города» в концепции О. Шпенглера.
  12. Чем был обусловлен кризис урбанистических идей? Какие философские и социологические варианты его разрешения Вам известны?

Тема 3. Город в проблемном поле философии культуры и семиотики.

Вопросы для обсуждения.

Раскройте символическое значение, которое человек придает культурно значимым местам в городском пространстве на примере известных вам доминант ландшафта городов мира.

Тема 4. Философско-антропологическое измерение города.

Вопросы для обсуждения.

Какую проблему растущих городов Ф. Бэкон иллюстрирует латинской поговоркой «Большой город, большая пустыня» (*Magna civitas, magna solitudo*)?

Тема 5. Феномен урбанизации в зеркале современной философии.

Вопросы для обсуждения.

1. Чем характеризуется «городской тип личности», согласно Л. Вирту, считавшему урбанизм образом жизни?
2. Почему анонимность и подвижность Л. Вирт называет двумя характерными компонентами социального облика современного метрополиса? Согласны ли Вы с позицией ученого?

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

**Лекционные занятия.**

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется вести конспектирование учебного материала, предварительно обозначив в конспекте дату и тему занятия. Важно обращать внимание (подчеркивать или отмечать иным образом) на определения, катего-

рии, имена, даты выделенные преподавателем; соотносить теоретический материал с иллюстративным. В отведенное время в конце лекционного занятия важно задавать преподавателю вопросы с целью уяснения всех недостаточно ясных моментов в содержании лекции и ее вспомогательной (иллюстративной) части, а также высказывать пожелания для обсуждения проблемных или сложных вопросов на семинарах, проработки их в активной форме на практических занятиях.

Желательно оставить в рабочих конспектах широкие поля, на которых во внеаудиторное время можно делать дополнения по теме лекции из предоставленной преподавателем презентации, рекомендованной литературы и самостоятельно обнаруженных источников.

### ***Практические и семинарские занятия.***

На *семинарских занятиях* студенты предъявляют подготовленный материал в форме выступления с докладами и презентациями с последующим коллективным обсуждением. Семинарские занятия направлены на систематизацию и углубление научно-теоретических знаний, полученных на лекциях; могут проводиться в форме коллоквиума или мини-конференции.

*Практические занятия* предполагают уяснение связи решаемых задач с теоретическими положениями курса, овладение методами самостоятельной работы в рамках изучаемой дисциплины и их отработку в решении конкретных проблем. На практических занятиях в зависимости от формы (игра, тематическая экскурсия, исследовательская разведка, круглый стол и др.) выполняется командная работа, разработка проектов, представление портфолио, анализ конкретных ситуаций, соотносимых с темами учебного курса.

### ***Самостоятельная работа.***

Самостоятельная работа студента предполагает работу в библиотеке и домашних условиях, в процессе которой осуществляется поиск информации по теме, изучение рекомендованных источников и учебно-методической литературы, оформление презентаций и научных работ.

## **8. Фонд оценочных средств**

### **8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины**

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Философия города: предмет и задачи курса.	УК-5.1 УК-5.2	Устный опрос, коллоквиум.
Город – идея и проблема в истории философии.	УК-5.1 УК-5.2	Устный опрос, контрольная работа.
Город в проблемном поле философии	УК-5.1	Устный опрос, эссе, отчет с

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
культуры и семиотики.	УК-5.2	презентацией о творческом проекте.
Философско-антропологическое изменение города.	УК-5.2 ОПК-3.1 ОПК-3.3	Устный опрос, эссе, отчет с презентацией о творческом проекте.
Феномен урбанизации в зеркале современной философии.	УК-5.2 ОПК-3.1 ОПК-3.3	Устный опрос, отчет с презентацией о творческом проекте.
Философия и архитектура.	ОПК-3.1 ОПК-3.3	Устный опрос, отчет с презентацией о творческом проекте.

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Тема 2. План-конспект проработанных текстов.

Темы 2, 3, 4, 5. Проблемные задания для эссе и письменных работ, основанные на прочтении текста и его самостоятельном анализе.

Темы 4, 5, 6. Творческие проекты: 1) Аналитико-графический. Работа с историческими картами. Калька, маркер; 2) Объемно-пространственный. Макетирование (LEGO) конструктор; 3) Художественно-выставочный. Работа в технике коллажа (формат А3).

## 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

*Примерный перечень вопросов к зачету и экзамену:*

1. Характеристика основных подходов к определению города в философских науках. Социальные и гуманитарные аспекты городской среды.
2. Город-полис. Представление об идеальном городе в античности и его философское осмысление.
3. Образ справедливого города в диалогах Платона и сочинениях Аристотеля.
4. Миф об Атлантиде как утопическая модель; особенности интерпретации в философских и социологических теориях.
5. Идея «двух градов» в христианской концепции истории (Аврелий Августин).
6. Метафора города и ее методологическое значение в «Рассуждениях о методе» Р. Декарта. Модернистский способ мышления о городе.
7. Концепции идеального города в утопиях Т. Кампанеллы и Ф. Бэкона (сравнительный анализ).
8. Город как зеркало социальных процессов (Ф. Энгельс).
9. Урбанизм и антиурбанизм в полемике славянофилов и западников.
10. Место города в структуре культурного типа концепции О. Шпенглера.
11. Город как визуально и знаково-символически организованная форма культуры.
12. Феноменология города Ю.М. Лотмана.
13. Базовые урбанистические метафоры и версии их интерпретации в философии.
14. Антропологические феномены города
15. Храм и рынок в структуре города (философско-антропологический аспект).
16. Роль площади в организации городского пространства.

17. Свобода и одиночество в большом городе как проблема философии.
18. «Полис» и «номос» в номадологии Ж. Делёза и Ф. Гваттари.
19. Критика урбанизации в современной протестантской теологии.
20. Урбанизм как образ жизни.
21. Философское осмысление социологических идей Чикагской и Лос-Анджелесской школ урбанистики.
22. Город как сцена.
23. Город как лаборатория.
24. Город в сценариях будущего.
25. Главные идеи «новой урбанистики».
26. Герменевтика архитектуры.
27. Архитектура и иконография.

#### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пяти-балльная шкала (академическая) оценка	Двух-балльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низшего уровня уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низшего уровня уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70

Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня	неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55
---------------	---	---------------------	------------	----------

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

#### Тексты (первоисточники)

- Александр К., Исикава С., Силверстайн М.* Язык шаблонов: города, здания, строительство / пер. с англ. И. Сыровой. М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2014.
- Анциферов Н. П.* Пути изучения города как социального организма: Опыт комплексного подхода. Л.: Сеятель, 1925.
- Аристотель.* Политика / пер. с древнегреч. С.А. Жебелева; общ. ред. А.И. Доватура // Аристотель. Сочинения в 4-х т. Т. 4. М.: Мысль, 1983. Книга седьмая. С. 599–601; 608–611.
- Бодрийяр Ж.* Город и ненависть. URL: [https://www.ruthenia.ru/logos/number/1997\\_09/06.htm](https://www.ruthenia.ru/logos/number/1997_09/06.htm)
- Бродель Ф.* Грамматика цивилизаций: пер. с фр. М.: Весь мир, 2008. Глава 2, 3.
- Бродель Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм. XV–XVIII вв. Т. 1. Структуры повседневности: возможное и невозможное / пер. с фр. Л.Е. Куббеля. М.: Прогресс, 1986. Глава 8 «Города».
- Бэкон Ф.* Новая Атлантида. Опыты и наставления нравственные и политические / пер. З.Е. Александровой; ст. и примеч. Ф.А. Коган-Бернштейн. М.: Изд-во Академии наук СССР, 1962. С. 5–33; 230–235.
- Вебер М.* История хозяйства. Город / пер. с нем.; под ред. И. Гревса; коммент. Н. Саркитова, Г. Кучкова. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2001.
- Вирт Л.* Избранные работы по социологии. Сборник переводов / РАН ИНИОН. Центр социальных научно-информационных исследований. Отдел социологии и социальной психологии. Пер. с англ. Николаева В.Г.; отв. ред. Гирко Л.В. М.: ИНИОН, 2005. URL: [https://inion.ru/site/assets/files/2505/2005\\_virt.pdf](https://inion.ru/site/assets/files/2505/2005_virt.pdf)
- Вирт Л.* Урбанизм как образ жизни [Электронный ресурс] / пер. с англ. В. Николаева. 3 изд. (эл.). М.: Стрелка Пресс, 2017. URL: <https://znanium.ru/read?id=328216>
- Декарт Р.* Рассуждения о методе, чтобы верно направлять свой разум и отыскивать истину в науках. Ч. 2. / пер. с фр. Г.Г. Слюсарева // Декарт. Р. Соч. в 2 т. Пер. с лат. и фр. М.: Мысль, 1989. Т. 1. С. 256–262.
- Зиммель Г.* Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3. С. 23–34. URL: <https://www.ruthenia.ru/logos/number/34/02.pdf>
- Кокс Х.* Мирской град. Секуляризация и урбанизация в теологическом аспекте / пер. с англ. О. Боровой и К. Гуровской; под общ. ред. и с примеч. О. Боровой. М.: Восточная литература РАН, 1995.
- Линч К.* Образ города / пер. с англ. В. Л. Глазычева; под ред. А. В. Иконникова. М.: Стройиздат, 1982.
- Лотман Ю.М.* О метаязыке типологических описаний культуры // Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб: Академический проект, 2002. URL: <http://teatr-lib.ru/Library/Lotman/statjy/>
- Лотман Ю.М.* Художественный ансамбль как бытовое пространство // Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб: Академический проект, 2002. URL: <http://teatr-lib.ru/Library/Lotman/statjy/>
- Марков Б.В.* Человек и город // Человек в условиях современности. СПб.: Филологич. Факультет СПбГУ; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2013. С. 241–243.

Марков Б.В. Цивилизация и урбанизация // Человек в условиях современности. СПб.: Филологич. Факультет СПбГУ; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2013. С. 243–246.

Ницше Ф. Так говорил Заратустра / пер. Ю.М. Антоновского // Ницше Ф. Сочинения в двух томах. Т. 2. М.: Мысль, 1990. «О прохождении мимо». С. 126–128.

Парк Р. Город как социальная лаборатория / пер. с англ. С. Баньковской // Социологическое обозрение. 2002. Т. № 3. С/ 3–12. URL:

[https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/30/1211856691/2\\_3\\_1.pdf](https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/30/1211856691/2_3_1.pdf)

Платон. Государство / пер. А.Н. Егунова // Платон. Собрание сочинений в 4 т. М.: Мысль, 1994. Т. 3. <https://philosophy.ru/library/sobranie-sochineniy-v-4-kh-tomakh-t-3/>

Платон. Критий / пер. С.С. Аверинцева, 108 е–121 б (отрывок об Атлантиде) // Платон. Собрание сочинений в 4 т. М.: Мысль, 1994. Т. 3. URL:

<https://philosophy.ru/library/sobranie-sochineniy-v-4-kh-tomakh-t-3/>

<https://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1450280000>

Платон. Тимей / пер. С.С. Аверинцева, 24 е–25 d (отрывок об Атлантиде) // Платон. Собрание сочинений в 4 т. М.: Мысль, 1994. Т. 3 URL:

<https://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1450270000>

Риттер И. Большой город / пер. с нем. А. Сувалко и М. Фигуры; под ред. В. Куренного // URL: <https://usp.hse.ru/article/view/14087/13478> URL:

<https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/581699734.pdf>

Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. 1. Гештальт и действительность / пер. с нем.. вступ. ст. и примеч. К.А. Свасьяна. М.: Мысль, 1993. С. 160–169, 547–549.

Энгельс Ф. Положение рабочего класса в Англии // Маркс К. и Энгельс Ф. Собр. соч. 2-е изд. М.: Государственное издательство политической литературы, Т. 2.

#### **Учебно-методический материал**

Барановский Г.В. Архитектурная энциклопедия второй половины XIX в. В 7 томах. СПб.: Ред. журн. «Строитель», 1902–1908.

Иконникова, С. Н. История культурологии: учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024.

Липский Б. И., Марков Б. В. Философская антропология. Социальная философия : учебное пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2024.

Марков Б.В. Философская антропология: очерки истории и теории // СПб.: Издательство «Лань», 1997. URL: <http://anthropology.ru/ru/text/markov-bv/filosofskaya-antropologiya>  
<http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000962/st000.shtml>

#### **Дополнительная литература**

Аванесов С.С. Визуальные паттерны городской среды и локальная идентичность // ПРАЭНМА. 2023. 4 (38). С. 14–36.

Ванеян С.С. Архитектура и иконография. «Тело символа» в зеркале классической методологии. М.: Прогресс-Традиция, 2010.

Вахштайн В.С. Пересборка города: между языком и пространством // Социология власти. 2014. № 2. С. 9–38. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_21709583\\_15634286.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_21709583_15634286.pdf)

Горнова Г.В. Городская идентичность: философско-антропологические основания: монография. Омск: Изд-во «Амфора», 2019. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_41899593\\_53839242.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_41899593_53839242.pdf)

Горнова Г.В., Мирошникова О.В. Объективация идеальной стороны городского бытия в экзистенциальной парадигме города // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 4. С. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_17883147\\_69502999.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_17883147_69502999.pdf)

- Горнова Г.В. Понятие «город» в аспекте философии культуры // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2013. № 1. С. 21–24. [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_21143953\\_89270150.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_21143953_89270150.pdf)
- Дэвис М. Планета трущоб // Логос (Город). 2008. № 3(66). С. 108–129. URL: [http://www.intelros.ru/pdf/logos\\_03\\_2008/06.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/logos_03_2008/06.pdf)
- Кавтарадзе С. Анатомия архитектуры. Семь книг о логике, форме и смысле. 7-е изд. М.: Издательский дом высшей школы экономики, 2021.
- Координаты современной урбанистики: дискурсивные трансформации: монография: в 2 томах. Том 1 / под науч. ред И.А. Савченко, Ю.В. Козловой; отв. ред. Г.С. Широкалова, Н.А. Трубина, Л.Р. Миркушина. М.: ИНФРА-М, 2023. URL: <https://znanium.ru/read?id=439053>
- Координаты современной урбанистики: новая гуманитарная перспектива: монография: в 2 томах. Том 2 / под науч. ред И.А. Савченко, Ю.В. Козловой; отв. ред. Г.С. Широкалова, Н.А. Трубина, Л.Р. Миркушина. М.: ИНФРА-М, 2023. URL: <https://znanium.ru/read?id=439237>
- Лефевр А. Идеи для концепции нового урбанизма // Социологическое обозрение. 2002. Т. 2. № 3. С. 19–26. URL: [https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/30/1211856676/2\\_3\\_3.pdf](https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/30/1211856676/2_3_3.pdf)
- Ллойд Р., Кларк Т.Н. Город как машина развлечений // Вестник Удмуртского университета. 2010. Вып. 1. С. 33–44. URL: <https://znanium.ru/read?id=62345>
- Митчелл У. Я++. Человек, Город, сети [Электронный ресурс]. 3-е изд. М.: Стрелка Пресс, 2017. URL: <https://znanium.ru/read?id=427099>
- Николаева Е.В. Фракталы городской культуры. СПб.: Страта, 2014.
- Новикова О.В. Философия города: к проблеме человекомерности городского пространства // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2021. « 2. С. 12–20.
- Пичугина В.К. Древнегреческий театр как школа для города. Почему Сократ не был театралом // НУРОТНЕКАІ. 2024. Вып. 8. С. 36–54.
- Тезауро Э. Подзорная труба Аристотеля / пер. Е. Костюкович. СПб. Алетейя, 2002.
- Трубицын О.К. Актуальность разработки философии города // Сибирский философский журнал. 2018. № 16(2). С.
- Уваров М. С. Город. Метапозия жизни и смерти в ландшафтах петербургской культуры // Дружба народов. М., 1996. № 6.

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

\*\*\*

Сформированная преподавателями база источников (сканированные тексты), учебно-методической и справочной литературы, не представленных в сети Интернет и отсутству-

ющих в библиотеке БФУ им. Канта, располагается на жестком диске компьютера в аудитории 217.

### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

### **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Формирование комфортной городской среды»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград

2024

## Лист согласования

**Составитель:** Копычина-Лоренс С.М., кандидат архитектуры, доцент.

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины «Формирование комфортной среды».
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Наименование дисциплины: «Формирование комфортной среды».

Цель — приобретение магистрантами общих теоретических знаний о приемах, методах и практиках ландшафтного проектирования при создании комфортной среды.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемные ситуации, используя системный подход УК-1.2 Использует способы разработки стратегии действий по достижению цели на основе анализа проблемной ситуации	<b>Знать:</b> хронологические границы возникновения искусства в западноевропейских странах, российском государстве; основные предпосылки и этапы развития культуры и искусства, а также специфику развития каждой из культур; <b>Уметь:</b> использовать полученные навыки в процессе разработки проектных идей. <b>Владеть:</b> научно-понятийным аппаратом и пониманием особенностей определенных видов искусств и их места в структуре общей теории и истории искусства.
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).	<b>Знать:</b> принципы построения дизайн-решения и этапы его разработки; используемые технологии и материалы. <b>Уметь:</b> читать и понимать эскизы проекта; ориентироваться в современных технологических тенденциях <b>Владеть:</b> навыками разработки проектных идей.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Формирование комфортной среды» представляет собой дисциплину обязательной части магистерской программы по направлению «Реклама и связи с общественностью».

## 4. Виды учебной работы по дисциплине

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы.

удиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Введение в дисциплину. Основные понятия и определения. Взаимодействие с госорганами в вопросах формирования комфортной среды	Введение в дисциплину. Основные понятия и определения. Цели и задачи формирования комфортной среды.
2	Эстетическая задача при формировании объекта ландшафтной архитектуры.	Эстетическая задача при формировании объекта ландшафтной архитектуры. Понятия стилистических направлений и художественного образа. Основные типы стилистических направлений.
3	Средства композиции в ландшафтном проектировании	Средства композиции в ландшафтном проектировании. Масштаб и пропорции. Ритм. Симметрия и асимметрия. Симметричные и асимметричные композиции. Контраст, нюанс, тождество. Соразмерность. Примеры современного ландшафтного искусства.
4	Понятие о композиции объектов ландшафтной архитектуры (сад, парк).	Понятие о композиции объектов ландшафтной архитектуры (сад, парк). Пейзажное разнообразие, основные понятия и определения.
5	Приемы цветочного оформления	Приемы цветочного оформления. Цветники, их классификация. Масштабность и соразмерность в пространстве. Особенности проектирования цветников в городе в зависимости от удаленности от субъекта восприятия.
6	Рельеф, его значение при формировании среды	Рельеф, его значение в ландшафтном проектировании и организации пространства парка. Типология форм рельефа. Примеры геопластики в архитектуре города
7	Вода, ее значение в ландшафтном проектировании	Вода, ее значение в ландшафтном проектировании. Роль воды в пейзаже. Водные ресурсы осваиваемой территории и их значение. Формирование пейзажей у водоемов.

8	Малые архитектурные формы (МАФ)	Малые архитектурные формы (МАФ): навесы, беседки, трельяжи, ограды, перголы, мостики, эстрады и др. Скульптура.
9	Ландшафтный проект выбранной локации	Создание ландшафтного проекта выбранной локации. Практический архитектурный опыт

## 6. Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

- Тема 1. Введение в дисциплину. Основные понятия и определения. Взаимодействие с госорганами в вопросах формирования комфортной среды
- Тема 2. Эстетическая задача при формировании объекта ландшафтной архитектуры.
- Тема 3. Средства композиции в ландшафтном проектировании. Масштаб и пропорции. Ритм. Симметрия и асимметрия.
- Тема 4. Понятие о композиции объектов ландшафтной архитектуры (сад, парк).
- Тема 5. Приемы цветочного оформления.
- Тема 6. Рельеф, его значение при формировании среды
- Тема 7. Вода, ее значение в ландшафтном проектировании.
- Тема 8. Малые архитектурные формы (МАФ).
- Тема 9. Ландшафтный проект выбранной локации

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

- Тема 1. Введение в дисциплину. Основные понятия и определения. Взаимодействие с госорганами в вопросах формирования комфортной среды
- Тема 2. Эстетическая задача при формировании объекта ландшафтной архитектуры.
- Тема 3. Средства композиции в ландшафтном проектировании.
- Тема 4. Понятие о композиции объектов ландшафтной архитектуры (сад, парк).
- Тема 5. Приемы цветочного оформления.
- Тема 6. Рельеф, его значение при формировании среды
- Тема 7. Вода, ее значение в ландшафтном проектировании.
- Тема 8. Малые архитектурные формы (МАФ).
- Тема 9. Ландшафтный проект выбранной локации

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые кон-

сультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## 7. Методические рекомендации по видам занятий

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Введение в дисциплину. Основные понятия и определения. Взаимодействие с госорганами в вопросах формирования комфортной среды	УК-1; УК-4	Опрос
Эстетическая задача при формировании объекта ландшафтной архитектуры.	УК-1; УК-4	Опрос
Средства композиции в ландшафтном проектировании.	УК-1; УК-4	Опрос
Понятие о композиции объектов ландшафтной архитектуры (сад, парк).	УК-1; УК-4	Опрос Презентация
Приемы цветочного оформления.	УК-1; УК-4	Опрос Презентация
Рельеф, его значение при формировании среды	УК-1; УК-4	Опрос Презентация
Вода, ее значение в ландшафтном проектировании..	УК-1; УК-4	Опрос Презентация
Малые архитектурные формы (МАФ)	УК-1; УК-4	Опрос Презентация
Ландшафтный проект выбранной локации.	УК-1; УК-4	Предварительный просмотр

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности процессе текущего контроля

Пример вопросов для опроса:

1. Расскажите о приоритетном проекте РФ «Формирование комфортной городской среды». Приведите примеры наиболее удачного сотрудничества региональных властей и общества.
2. Укажите основные задачи и направления деятельности ландшафтных проектировщиков.
3. Перечислите исторические первоисточники – ландшафтные объекты, в основу создания которых был заложен принцип сохранения существующих природных компонентов окружающей среды и назовите их создателей.
4. Приведите примеры озеленения крыш в отечественной практике ландшафтного дизайна.
5. Приведите примеры ландшафтных объектов, относящихся к озелененным территориям специального назначения.
6. Перечислите основные виды ландшафтных группировок.
7. Дайте характеристику основным типам цветников.
8. Перечислите основные виды растений для озеленения приморских поселений.
9. Назовите основные растения, используемые для озеленения искусственных водоемов.
10. Современные виды искусственных водных сооружений.

11. Основные принципы формирования ассортиментов городского озеленения в современных условиях.

### 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Расскажите о приоритетном проекте РФ «Формирование комфортной городской среды». Приведите примеры наиболее удачного сотрудничества региональных властей и общества.
2. Укажите основные задачи и направления деятельности ландшафтных проектировщиков.
3. Перечислите исторические первоисточники – ландшафтные объекты, в основу создания которых был заложен принцип сохранения существующих природных компонентов окружающей среды и назовите их создателей.
4. Приведите примеры озеленения крыш в отечественной практике ландшафтного дизайна.
5. Приведите примеры ландшафтных объектов, относящихся к озелененным территориям специального назначения.
6. Перечислите основные виды ландшафтных группировок.
7. Дайте характеристику основным типам цветников.
8. Перечислите основные виды растений для озеленения приморских поселений.
9. Назовите основные растения, используемые для озеленения искусственных водоемов.
10. Современные виды искусственных водных сооружений.
11. Основные принципы формирования ассортиментов городского озеленения в современных условиях.

### 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	Пятибалльная шкала (академическая) оценка	Двухбалльная шкала, зачет	БРС, % освоения (рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких кон-	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно ис-	хорошо		71-85

	текстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	пользовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения			
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

#### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

##### **Основная литература**

1. Разумовский, Ю. В. Ландшафтное проектирование : учебное пособие / Ю.В. Разумовский, Л.М. Фурсова, В.С. Теодоронский. — 2-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 140 с., [16] с. : цв. ил. — (Высшее образование: Бакалавриат). Имеются экземпляры в отделах ЭБС «Znanium» (1)

##### **Дополнительная литература**

1. Перелович, Н. В. Использование элементов ландшафтного дизайна в организации пришкольной территории: Учебное пособие/Перелович Н.В. - Москва : Прометей, 2013. - 122 с. Имеются экземпляры в отделах ЭБС «Znanium» (1)
2. Черняева, Е. В. Основы ландшафтного проектирования и строительства : учебное пособие / Е. В. Черняева, В. П. Викторов. - Москва : МПГУ, 2014. - 220 с. Имеются экземпляры в отделах ЭБС «Znanium» (1)

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН

- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего об-  
разования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»  
Высшая школа коммуникаций и креативных индустрий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Экономическая социология»**

**Шифр: 42.04.01**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: «Геобрендинг и урбанистика»**

**Квалификация (степень) выпускника: магистр**

Калининград  
2024

## Лист согласования

**Составитель:** Берендеев Михаил Владимирович, кандидат социологических наук, доцент

Рабочая программа одобрена Ученым советом ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

Протокол № 8 от «21» февраля 2024 г.

Председатель Ученого совета  
ОНК «Институт образования и гуманитарных наук»

А.О. Бударина

Руководитель образовательных программ  
Высшей школы коммуникаций и креативных индустрий

Е.М. Струкова

## Содержание

1. Наименование дисциплины.
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
4. Виды учебной работы по дисциплине.
5. Содержание дисциплины, в том числе практической подготовки в рамках дисциплины, структурированное по темам.
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
7. Методические рекомендации по видам занятий
8. Фонд оценочных средств
  - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины
  - 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля
  - 8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине
  - 8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

### 1. Наименование дисциплины: «Экономическая социология».

Цель дисциплины — формирование у обучающихся компетенций в контексте изучения теоретических основ социологического анализа экономической жизни общества, социально-экономических процессов; формирование целостного представления о развитии концепций анализа экономической жизни общества в классической и современной социологии.

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

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен руководить проектно-аналитической деятельностью с учетом специфики профессиональной сферы и осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, включая разработку программ сохранения и освоения культурного и природного наследия	ПК-2.1 Руководит проектно-аналитической деятельностью по анализу социально-культурной и экономической ситуации, выявлению факторов, влияющих на региональное развитие. ПК-2.2 Руководит научными исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-2.3 Обладает знаниями о ресурсных возможностях для разработки программ по сохранению наследия.	<b>Знать:</b> аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта <b>Уметь:</b> отбирать методы и инструменты исследования для конкретной ситуации <b>Владеть:</b> навыками анализа ситуации и разработки проектов и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономическая социология» представляет собой дисциплину части, формируемой участниками образовательных отношений.

### 4. Виды учебной работы по дисциплине.

Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах. Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения. Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно-образовательной среды университета с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане). Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

№	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Предмет, метод, задачи экономической социологии, ее место в системе общественных наук.	Этапы развития экономической социологии. Экономическая социология как отрасль социологического знания. Экономическая социология в системе общественных наук: сходства и различия, предметная область, категориальный аппарат, методология экономико-социологических исследований. Общие задачи экономической социологии. История становления экономической социологии как самостоятельной ветви социологического знания. Основные направления развития современной экономической социологии. Развитие экономической социологии в России.
2	Социальные основы экономической и хозяйственной деятельности.	Базовые типы социальных отношений и особенности хозяйственной жизни. Хозяйственная жизнь (производство, труд, собственность, потребление) в традиционных обществах и обществах с доминированием безличных («вещных») отношений. Мотивация хозяйственной и экономической деятельности «экономико-социологического» человека. Экономико-социологический подход к рациональности.
3	Социология рынка.	. Определения рынка. Становление и развитие социологических подходов к анализу рынка. Рынок как историческая форма интеграции хозяйства. Рынок как экономическое поле и институт обмена. Рынок как совокупность социальных сетей. Рынок как институционально оформленное пространство. Государство и рынок: парадигмы взаимодействия. Деньги как овеществленное отношение обмена. Исторические формы развития денег. Теория социального представительства: деньги как всеобщий заместитель. Бескачественность денег. Социальные функции денег.

4	Социология предпринимательства.	Экономические трактовки предпринимательства. Определение предпринимательства и его основные виды. Исторические и социальные корни предпринимательского духа (М. Вебер, В. Зомбарт). Средневековое и капиталистическое предпринимательство. Социально-психологический портрет предпринимателя (Й. Шумпетер и др.). Социологический подход к проблеме предпринимательства. Социальный портрет современного предпринимателя. Маргинальность предпринимательских групп. Этническое предпринимательство. "Новая волна" предпринимательства. Предпринимательство и кризисы. Предпринимательство как вид идеологии.
5	Социология потребления.	Характеристика потребления в экономических науках. Социологический характер потребления. Потребление как социологическая категория. Формы потребления как символ социального статуса. Демонстративное и избыточное потребление (Т. Веблен). Денежные каноны вкуса и культура потребления. Понятие "общества изобилия" (Дж. Гэлбрейт). Управление потреблением: реклама в современном обществе. От производства товара к производству товарной марки (А. Дайксель). Современный человек и система вещей: структурализм в анализе потребления (Ж. Бодрийяр).
6	Социология хозяйственной культуры и хозяйственной идеологии.	Понятия «хозяйственная культура» и «хозяйственная идеология». Функции хозяйственной культуры. Базовые ценности хозяйственной культуры: труд, богатство, собственность, практицизм, предприимчивость, профессионализм; их содержание и специфика в разных обществах. Структура хозяйственной культуры: личностный и институциональный, специализированный и обыденный уровни. Понятие капитала и его формы (экономический, социальный, человеческий, культурный, символический и др.). Типы хозяйственных идеологий.
7	Социология неравенства.	Экономическое и социальное неравенство. Способы их измерения. Социальная иерархия как следствие и результат экономического и социального неравенства. Классы в экономической теории. Теория социальной стратификации. Способы стратификации и основные стратификационные системы (классовая, физико-генетическая, культурно-нормативная, социально-профессиональная, сетевая, корпоративная, политическая, культурно-символическая). «Хозяйственная элита» и «низшие классы». «Средний класс» и критерии его идентификации. Основные подходы к определению бедности. Способы ее измерения.

8	Социология труда и занятости.	Труд как социально-экономическое явление: труд – деятельность, форма взаимодействия, форма социальной коммуникации. Институциональные характеристики труда. Труд в условиях традиционного общества. Домохозяйство как основная хозяйственно-экономическая единица в социологии труда. Труд в условиях индустриального общества. Социальные аспекты наемного труда. Занятость и ее основные элементы. Формирование спроса на труд. Структура занятости. Гибкие формы занятости. Прекариат.
---	-------------------------------	---

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий *лекционного* типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

**Тема 1.** Предмет, метод, задачи экономической социологии, ее место в системе общественных наук. Этапы развития экономической социологии. Экономическая социология как отрасль социологического знания. Экономическая социология в системе общественных наук: сходства и различия, предметная область, категориальный аппарат, методология экономико-социологических исследований. Общие задачи экономической социологии. История становления экономической социологии как самостоятельной ветви социологического знания. Основные направления развития современной экономической социологии. Развитие экономической социологии в России.

**Тема 2.** Социальные основы экономической и хозяйственной деятельности. Базовые типы социальных отношений и особенности хозяйственной жизни. Хозяйственная жизнь (производство, труд, собственность, потребление) в традиционных обществах и обществах с доминированием безличных («вещных») отношений. Мотивация хозяйственной и экономической деятельности «экономико-социологического» человека. Экономико-социологический подход к рациональности.

**Тема 3.** Социология рынка. Определения рынка. Становление и развитие социологических подходов к анализу рынка. Рынок как историческая форма интеграции хозяйства. Рынок как экономическое поле и институт обмена. Рынок как совокупность социальных сетей. Рынок как институционально оформленное пространство. Государство и рынок: парадигмы взаимодействия. Деньги как овеществленное отношение обмена. Исторические формы развития денег. Теория социального представительства: деньги как всеобщий заместитель. Бескачественность денег. Социальные функции денег.

**Тема 4.** Социология предпринимательства. Экономические трактовки предпринимательства. Определение предпринимательства и его основные виды. Исторические и социальные корни предпринимательского духа (М. Вебер, В. Зомбарт). Средневековое и капиталистическое предпринимательство. Социально-психологический портрет предпринимателя (Й. Шумпетер и др.). Социологический подход к проблеме предпринимательства. Социальный портрет современного предпринимателя. Маргинальность предпринимательских групп. Этническое предпринимательство. "Новая волна" предпринимательства. Предпринимательство и кризисы. Предпринимательство как вид идеологии.

**Тема 5.** Социология потребления. Характеристика потребления в экономических науках. Социологический характер потребления. Потребление как социологическая категория.

Формы потребления как символ социального статуса. Демонстративное и избыточное потребление (Т. Веблен). Денежные каноны вкуса и культура потребления. Понятие "общества изобилия" (Дж. Гэлбрейт). Управление потреблением: реклама в современном обществе. От производства товара к производству товарной марки (А. Дайксель). Современный человек и система вещей: структуриализм в анализе потребления (Ж. Бодрийяр).

**Тема 6.** Социология хозяйственной культуры и хозяйственной идеологии. Понятия «хозяйственная культура» и «хозяйственная идеология». Функции хозяйственной культуры. Базовые ценности хозяйственной культуры: труд, богатство, собственность, практицизм, предприимчивость, профессионализм; их содержание и специфика в разных обществах. Структура хозяйственной культуры: личностный и институциональный, специализированный и обыденный уровни. Понятие капитала и его формы (экономический, социальный, человеческий, культурный, символический и др.). Типы хозяйственных идеологий.

**Тема 7.** Социология неравенства. Экономическое и социальное неравенство. Способы их измерения. Социальная иерархия как следствие и результат экономического и социального неравенства. Классы в экономической теории. Теория социальной стратификации. Способы стратификации и основные стратификационные системы (классовая, физико-генетическая, культурно-нормативная, социально-профессиональная, сетевая, корпоративная, политическая, культурно-символическая). «Хозяйственная элита» и «низшие классы». «Средний класс» и критерии его идентификации. Основные подходы к определению бедности. Способы ее измерения.

**Тема 8.** Социология труда и занятости. Труд как социально-экономическое явление: труд – деятельность, форма взаимодействия, форма социальной коммуникации. Институциональные характеристики труда. Труд в условиях традиционного общества. Домохозяйство как основная хозяйственно-экономическая единица в социологии труда. Труд в условиях индустриального общества. Социальные аспекты наемного труда. Занятость и ее основные элементы. Формирование спроса на труд. Структура занятости. Гибкие формы занятости. Прекариат.

Рекомендуемая тематика *практических* занятий:

**Содержание тем семинаров:**

**Тема 1.** Предмет, метод, задачи экономической социологии, ее место в системе общественных наук. Этапы развития экономической социологии.

Вопросы для обсуждения:

1. Объект и предмет экономической социологии.
2. Задачи экономической социологии.
3. Метод экономической социологии.
4. Категории экономической социологии.

Задания для самостоятельной работы:

1. Чем различаются понятия «экономики» и «хозяйства»?
2. В чем состоит специфика постановки экономико-социологических задач?
3. Каковы основные элементы экономического действия?
4. Каковы основные принципы построения модели «экономико-социологического человека»?
5. Как различаются предпосылки действия «экономического человека» и «экономико-социологического человека»?
6. Каковы основные этапы взаимодействия экономической теории и экономической социологии?

**Тема 2:** Социальные основы экономической и хозяйственной деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Базовые типы социальных связей: межличностные и безличные («вещные»).

2. Хозяйственная жизнь в условиях доминирования межличностных типов социальных связей
3. Хозяйственная жизнь в условиях доминирования безличных («вещных») типов социальных связей.

4. Ограниченность «экономического человека».

5. Экономический и социологический подходы к рациональности.

Задания для самостоятельной работы:

1. В чем суть эгоистического интереса «экономического человека»?
2. Определите понятия потребности, интереса, мотива.
3. Проанализируйте источники хозяйственной мотивации – интерес, принуждение, социальную норму.
4. В чем специфика экономического и экономико-социологического подходов к рациональности?
5. Чем различаются формальная и содержательная рациональность?
6. Чем обусловлено признание множество типов рациональности?
7. В чем заключается смысл стратегического выбора и кто его совершает?
8. Как различаются модельные и стратегические действия?

### **Тема 3: Социология рынка.**

Вопросы для обсуждения:

1. Современные социологические подходы к анализу рынка.
2. Рынок как совокупность социальных сетей
3. Рынок как совокупность социальных институтов
4. Становление рыночной системы и ее социальная сущность
5. Способы взаимодействия государства и рынка
6. Деньги как социальное отношение
7. Деньги как сакральные ценности
8. Множественность способов использования денег

Задания для самостоятельной работы:

1. Сформулируйте основные подходы к определению рынка
2. Каковы основные институциональные элементы рынка?
3. Из каких элементов состоят правила обмена?
4. Что такое «концепция контроля над рынком»?
5. Почему возникают денежные суррогаты?
6. Как формируется целевое предназначение денег?

### **Тема 4: Социология предпринимательства.**

Вопросы для обсуждения:

1. Социологический и экономический подходы к анализу феномена предпринимательства.
2. Виды предпринимательства.
3. Функции предпринимательства.
4. Качества и мотивы предпринимательской деятельности.

Задания для самостоятельной работы:

1. Приведите основные определения предпринимательства
2. Проанализируйте различия в подходах М. Вебера и В. Зомбарта к предпринимательству.
3. Перечислите виды предпринимательской деятельности в обществе
4. Назовите основные функции предпринимательства в обществе.

### **Тема 5: Социология потребления.**

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие потребления в экономической науке.
2. Социологический подход к потреблению.

3. Потребление как символическое действие.

4. Культура потребления.

Задания для самостоятельной работы:

1. Проанализируйте потребление как вид экономической активности.

2. Каковы различия экономического и социологического подходов к изучению потребительского поведения?

3. Как потребительские практики отражают социальную дифференциацию?

4. Проанализируйте влияние потребления на культуру потребления

**Тема 6:** Социология хозяйственной культуры и хозяйственной идеологии.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия «хозяйственная культура» и «хозяйственная идеология».

2. Функции хозяйственной культуры.

3. Структура хозяйственной культуры.

4. Понятие капитала и его формы.

5. Типы хозяйственных идеологий

Задания для самостоятельной работы:

1. Что такое хозяйственная культура?

2. Что такое хозяйственная идеология?

3. Перечислите и опишите базовые ценности хозяйственной культуры – труд, богатство, собственность, практицизм, предприимчивость, профессионализм.

4. В чем различия в отношении к богатству, собственности, предприимчивости в традиционной и современной культуре?

**Тема 7:** Социология неравенства.

Вопросы для обсуждения:

1. Экономический и социологический подходы к пониманию неравенства и к его измерению.

2. Понятия класса и страты.

3. Способы стратификации и основные стратификационные системы.

4. «Хозяйственная элита», «средний класс», «низшие классы»; критерии идентификации.

5. Бедность и способы ее измерения.

Задания для самостоятельной работы:

1. Что такое класс, страта

2. Основные понятия теории социальной стратификации

3. Что такое социальная иерархия?

4. Какие социально-экономические признаки можно положить в основу социальной стратификации (обоснуйте ответ)?

5. В чем различия абсолютного и относительного подходов к пониманию и измерению бедности?

**Тема 8:** Социология труда и занятости.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие труда в экономической и социологической науке.

2. Труд как деятельность, как форма социальной коммуникации, как форма взаимодействия.

3. Социальные аспекты наемного труда.

4. Спрос на труд.

5. Занятость, ее структура и основные элементы.

Задания для самостоятельной работы:

1. Основные подходы к пониманию труда в экономической социологии.

2. Каковы критерии определения среднего класса?

3. Что такое гибкие формы занятости и прекарный труд?

4. Понятие домохозяйства.
5. Понятие занятости. Ее формы и структура.

Требования к самостоятельной работе студентов

Темы индивидуальных творческих работ:

1. Социальная стратификация в современном российском обществе.
2. Стратификационные модели социального неравенства.
3. Трансформация социального неравенства в современном российском обществе.
4. Проблема бедности в современной России.
5. «Средний класс» в современной России.
6. Проблема безработицы и неполной занятости в современной России.
7. Особенности занятости в современной России.
8. Проблема классовый идентификации.
9. Малое и семейное предпринимательство в современной России.
10. Гибкие формы труда и прекариат.

*Форма работы: Письменная работа*

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

## **7. Методические рекомендации по видам занятий**

Лекционные занятия.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал

прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Практические и семинарские занятия.

На практических и семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, практические упражнения, контрольные работы, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, представление портфолио и т.п.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретным ситуациям из практики, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор литературы и электронных источников; чтение и изучение учебника и учебных пособий.

## 8. Фонд оценочных средств

### 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Основными этапами формирования указанных компетенций при изучении обучающимися дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или её части)	Оценочные средства по этапам формирования компетенций
		текущий контроль по дисциплине
Предмет, метод, задачи экономической социологии, ее место в системе общественных наук	ПК-2	Опрос
Социальные основы экономической и хозяйственной деятельности		Обсуждение
Социология рынка		Опрос
Социология предпринимательства		Опрос
Социология потребления		Контрольная работа
Социология хозяйственной культуры и хозяйственной идеологии		Обсуждение
Социология неравенства		Обсуждение
Социология труда и занятости		Контрольная работа

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля**

*Примерные вопросы/задания для собеседования:*

1. Где пролегают границы между экономической теорией и экономической социологией?
2. В чем заключается различие формального и содержательного значений термина «экономический», согласно теории К. Поланьи?
3. Что значит рассматривать экономическое действие как форму социального действия?
4. За что М. Грановеттер критикует недо- и пересоциализованные концепции человеческого действия в социальных науках и какую альтернативу предлагает?
5. Как разные концепции человеческого действия в социальных науках объясняют, почему повседневная экономическая жизнь не переполнена проявлениями недоверия и мошенничества?
6. Каковы основные формы укорененности экономического действия в социальных отношениях?
7. Что такое принцип методологического индивидуализма, и чем отличается его реализация в экономической теории и экономической социологии?
8. Каковы основные экономико-социологические идеи К. Маркса, Э. Дюркгейма и М. Вебера?
9. Что значит рассматривать экономику как институционально оформленный процесс, согласно теории К. Поланьи?
10. Каковы основные положения функционализма как ведущего направления экономической социологии в середине XX века?
11. Что такое «экономический империализм», и какую роль он сыграл в развитии современной экономической социологии?
12. Каковы основные направления современной экономической социологии?
13. В чем суть теорий демонстративной праздности и демонстративного потребления Т. Веблена?
14. Что такое габитус и культурный капитал, и как они определяют потребление людей, согласно теории П. Бурдьё?
15. Каковы основные черты сообществ потребления, согласно теории Д. Бурстина?
16. Какова была роль рекламы в процессе формирования общества потребления?
17. В чем заключается социокультурный подход к анализу продуктов и рынков, согласно теории Д. Слейтера?
18. В чем, по мнению К. Маркса и Г. Зиммеля, состояло фундаментальное преобразование основ всех социальных отношений, произошедшее благодаря деньгам?
19. Какова семантика использования денег, согласно теории К. Поланьи?
20. В зависимости от чего ценность одной и той же суммы денег для человека будет различаться, согласно теории В. Зелизер?
21. Что происходит, когда денежные интересы пересекаются с объектами, являющимися носителями сакрального смысла?
22. Какую классификацию систем управления финансами в семье предложила Ж. Пал?
23. Как осуществляется выбор системы управления финансами в семье, согласно теории К. Воглер?
24. Каковы основные мотивы прихода населения на фондовый рынок, согласно исследованию Д. О. Стребкова?
25. Что такое финансовая грамотность, и какова ее динамика в России в последние годы, согласно исследованию О. Е. Кузиной?
26. В чем заключаются основные различия между семьей и домашним хозяйством?
27. Какие способы измерения цены времени, затрачиваемого в домашнем хозяйстве, и продукта труда, не предназначенного для продажи, предлагаются исследователями?

28. Что такое моральная экономика и этика выживания, согласно теориям Дж. Скотта и А. В. Чаянова?
29. Каким образом разделение труда в домашнем хозяйстве связано с изменениями занятости на рынке труда, согласно исследованиям Дж. Гершуни, С. Ю. Барсуковой и В. В. Радаева?
30. Каковы основные исторические и социальные корни предпринимательства, согласно теориям М. Вебера и В. Зомбарта?
31. Что такое предпринимательский потенциал общества?
32. В чем заключается различие добровольного и вынужденного предпринимательства?
33. В чем, согласно теории Р. Уолдингера, Х. Олдрича и Р. Уорда, заключается интерактивная модель развития этнического предпринимательства?
34. За счет чего этническое предпринимательство конкурентоспособно по сравнению с традиционным бизнесом представителей титульных этносов?
35. Какие альтернативы экономическим теориям фирмы предлагают популяционная экология организаций и новый институциональный подход в современной экономической социологии?
36. Каковы основные черты организации, построенной по принципу «гетерархии», согласно теории Д. Старка?
37. Какими недостатками, по мнению Ф. Тейлора, страдала традиционная система управления и что, с его точки зрения, необходимо было предпринять для их устранения?
38. Каковы основные принципы фордизма?
39. Какую альтернативу научной теории управления Ф. Тейлора предложила концепция «человеческих отношений» Э. Мэйо, выросшая из хоторнских экспериментов?
40. Каковы основные стратегии построения отношений между руководителями и подчиненными, согласно теории В. В. Радаева?
41. Чем различаются экономический, маркетинговый и экономико-социологический подходы к изучению рынков?
42. Какие ограничения накладывает общество на развитие рынка, согласно теории К. Поланьи?
43. Каковы основные концепции рынка в современной экономической социологии?
44. Чем различаются случайные и укорененные связи между участниками рынка?
45. Как, согласно исследованию Б. Уци, связана вероятность банкротства организаций с их ориентацией на случайные связи, на укорененные связи и на комбинацию случайных и укорененных связей?
46. Какие основные виды взаимосвязанных монополий реализует государство во взаимодействии с участниками рынка?
47. В чем заключаются основные сходства и различия между государством и бандитом, согласно теории В. В. Волкова?
48. Каковы основные модели государственного вмешательства в хозяйственную жизнь, согласно теории Ф. Блока?
49. В чем заключаются основные различия между «старой» и «новой» парадигмами отношений государства и рынка, согласно теории Ф. Блока?
50. Каких институциональных условий требует реализация концепции деятельности фирмы в интересах акционеров, согласно исследованию Н. Флигстина?
51. Какова роль государства в возникновении Силиконовой долины и развитии компьютерной отрасли, согласно исследованию Н. Флигстина?
52. Каковы основные сегменты неформальной экономики, согласно теории С. Ю. Барсуковой?
53. В чем заключается различие между формальными и неформальными институтами?
54. Каковы «парадоксы» неформальной экономики, согласно теории А. Портеса?
55. Каковы три уровня воспроизводства хозяйственной идеологии?

56. Каковы основные элементы консерватизма, либерализма, демократизма и социализма как идеологических систем?
57. Как осуществляется смена хозяйственных идеологий?
58. Каковы основные модели однолинейного и поступательного развития?
59. Каковы основные модели параллельного и циклического развития?
60. На основе каких критериев в неоклассической экономической теории выделяется фундаментальное различие между капитализмом и социализмом?
61. В чем заключается «конец истории», согласно теории Ф. Фукуяма?
62. Каковы основные сферы хозяйственных отношений, институциональное оформление которых отличает один тип капитализма от другого, согласно теории А. В. Шевчука?
63. По какой причине, согласно теории Н. Биггарт, экономическая политика не должна ставить своей целью исправление «несовершенных» структур отношений между хозяйственными агентами?

### **8.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации по дисциплине**

Вопросы к зачету:

1. Предмет экономической социологии.
2. Современные дискуссии о предмете экономической социологии
3. Задачи экономической социологии
4. Экономическая социология и другие общественные науки
5. Первые идеи о создании экономической социологии
6. Классическая экономическая социология
7. Неоклассическая экономическая социология
8. Новая экономическая социология
9. Институциональное и неоинституциональное направление в экономической социологии
10. Экономика как социальная система
11. Хозяйство и экономика
12. Социальная теория производства
13. Воспроизводство общества
14. Социология обмена
15. Социология денег
16. Социология рынка
17. Социология распределения
18. Социология потребления
19. Социологическая теория предпринимательства
20. Экономическое и социальное неравенство. Способы их измерения.
21. Теория социальной стратификации.
22. «Хозяйственная элита», «низшие классы», «средний класс»; критерии идентификации.
23. Социология труда как наука, объект, предмет, функции
24. Основные этапы развития социологии труда
25. Труд как вид человеческой деятельности
26. Специфика труда в домашнем хозяйстве
27. Роль домохозяйств в современной российской экономике
28. Индустриальное общество как «общество труда»
29. Трудовая мотивация в условиях постиндустриальности
30. Постиндустриальное общество как «общество без труда»

### **8.4. Планируемые уровни сформированности компетенций обучающихся и критерии оценивания**

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня (этапы)	Пятибалльная шкала	Двухбалльная	БРС, % освоения
--------	--------------------------------	--	--------------------	--------------	-----------------

		формирования компетенции, критерии оценки сформированности)	(академическая) оценка	ная шкала, зачет	(рейтинговая оценка)
Повышенный	Творческая деятельность	<i>Включает низший уровень.</i> Умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического и прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	отлично	зачтено	86-100
Базовый	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу с большей степени самостоятельности и инициативы	<i>Включает низший уровень.</i> Способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения	хорошо		71-85
Удовлетворительный (достаточный)	Репродуктивная деятельность	Изложение в пределах задач курса теоретически и практически контролируемого материала	удовлетворительно		55-70
Недостаточный	Отсутствие признаков удовлетворительного уровня		неудовлетворительно	не зачтено	Менее 55

## 9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

### Основная литература

1. Экономическая социология : учебник / под науч. ред. К.В. Воденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 252 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Южному федеральному университету — 100 лет). — DOI: <https://doi.org/10.12737/13199>. - ISBN 978-5-369-01478-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1233826>. – Режим доступа: по подписке.
2. Экономическая социология: от классики к современности : антология / сост.. авт. введ.. биобиблиогр. сведений и коммент. Г. Н. Соколова. -Минск : Беларуская навука, 2016. - 442 с. - ISBN 978-985-08-2059-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1067307>. – Режим доступа: по подписке.

## **Дополнительная литература**

1. Соколова, Г. Н. Экономическая социология. Хрестоматия: Учебное пособие / Соколова Г.Н. - Мн.:Вышэйшая школа, 2016. - 224 с.: ISBN 978-985-06-2537-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010328>. – Режим доступа: по подписке.
2. Социология потребления : учеб. пособие / М.Е. Родионова, С.В. Назаренко, Е.А. Агеева, Н.И. Киселева, К.В. Голубева. — Москва : ИНФРА-М, 2018. —189 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014211-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/970001> – Режим доступа: по подписке.
3. Социологический словарь / отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2022. — 608 с. - ISBN 978-5-91768-098-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1844380>– Режим доступа: по подписке.

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

- НЭБ Национальная электронная библиотека, диссертации и прочие издания
- eLIBRARY.RU Научная электронная библиотека, книги, статьи, тезисы докладов конференций
- Гребенников Электронная библиотека ИД журналы
- ЭБС Консультант студента
- ПРОСПЕКТ ЭБС
- ЭБС ZNANIUM.COM
- РГБ Информационное обслуживание по МБА
- БЕН РАН
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) Кантитана (<https://elib.kantiana.ru/>)

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.**

Программное обеспечение обучения включает в себя:

- система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных образовательных ресурсов;
- серверное программное обеспечение, необходимое для функционирования сервера и связи с системой электронного обучения через Интернет;
- установленное на рабочих местах студентов соответствующее ПО и антивирусное программное обеспечение.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских занятий используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой. Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Для проведения лабораторных работ, (практических занятий – при необходимости) используются специальные помещения (учебные аудитории), оснащенные специализированным

лабораторным оборудованием: персональными компьютерами с возможностью выхода в интернет и с установленным программным обеспечением, заявленным в п.11.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные специализированной мебелью (для обучающихся), меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университетом могут быть представлены специализированные средства обучения, в том числе технические средства коллективного и индивидуального пользования.