

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1155775	Организация деятельности предприятий сервиса в сфере креативных индустрий

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Сервис	Код ОП 1. 43.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Сервис	Код направления и уровня подготовки 1. 43.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Журавлева Надежда Ивановна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна
3	Попов Евгений Анатольевич	кандидат культурологии, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
4	Резник Ирина Борисовна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Организация деятельности предприятий сервиса в сфере креативных индустрий

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль направлен на освоение компетенций профессионального типа, связанных с управлением деятельностью предприятия в сфере креативных индустрий. Особое внимание уделяется деятельности, связанной с продвижением и позиционированием компании, проектов, товаров и услуг, формирования бренда и имиджа компании.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Организация и планирование, управление деятельностью предприятий в сфере креативных индустрий	3
2	Организация promotion кампании	3
3	Фирменный стиль, бренд и имидж	3
ИТОГО по модулю:		9

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	1. Теория управления в сервисе
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Организация promotion кампании	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам	З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач

<p>профессиональной деятельности</p>	<p>3-2 - Изложить основные требования к составлению и оформлению документов и отчетов по результатам профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>У-2 - Оценивать оформленные отчеты и документы по результатам профессиональной деятельности на соответствие нормативным требованиям</p> <p>П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
<p>ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p>	<p>3-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>3-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие</p>

		<p>ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p> <p>Д-2 - Проявлять способность эффективно работать в команде, умения аргументировать и убеждать</p>
	<p>ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p>	<p>З-3 - Основные технические новации и необходимое программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности по продвижению в сети Internet</p> <p>У-3 - Выбирать и применять различные технологии интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта в сервисной деятельности</p> <p>П-5 - Владеть опытом продвижения в социальных сетях как части маркетинговой стратегии компании, проекта сервисной деятельности владеть методиками позволяющими разрабатывать и размещать эффективный контент</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p>
	<p>ПК-4 - Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p>	<p>З-1 - Методы маркетинговых исследований используемых в сервисной деятельности</p> <p>З-2 - Основные принципы осуществления маркетинговой деятельности предприятия в сфере сервиса</p> <p>З-3 - Подходы к формированию товарной, ценовой политики, особенности распределения и продвижения продукта на потребительском рынке</p> <p>З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих</p>

		<p>У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-5 - Оценивать маркетинговую политику предприятия сервиса</p> <p>П-1 - Разрабатывать стратегии продажи и продвижения сервисных продуктов</p> <p>П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса</p> <p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
	<p>ПК-10 - Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
	<p>ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>	<p>З-2 - Правовые, этические и эстетические аспекты создания рекламных, художественных объектов</p> <p>З-3 - Методы сбора и анализа информации, проведения исследований в процессе проектирования и создания визуального продукта</p> <p>З-4 - Виды продуктов и услуг в сфере дизайна и рекламы, основные этапы разработки рекламного, художественного продукта требования к их формированию и оценке эффективности</p>

		<p>З-5 - Основные критерии и формулы оценки эффективности рекламных мероприятий, продуктов</p> <p>У-1 - Проводить анализ эффективности рекламного, дизайнерского продукта, рекламных мероприятий и кампаний</p> <p>У-2 - Проводить анализ на соответствие психологическим и социокультурным, правовым законам и нормам</p> <p>У-4 - Выбирать методы и способы продвижения и распространения рекламного, дизайнерского продукта</p> <p>П-4 - Использовать для разработки и создания, продвижения информационно-программное обеспечение</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление.</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
<p>Организация и планирование, управление деятельностью предприятий в сфере креативных индустрий</p>	<p>ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>З-2 - Изложить основные требования к составлению и оформлению документов и отчетов по результатам профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>У-2 - Оценивать оформленные отчеты и документы по результатам профессиональной деятельности на соответствие нормативным требованиям</p> <p>П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для своей профессиональной области, в</p>

		<p>соответствии с нормативными требованиями</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	<p>ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p>	<p>З-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p> <p>Д-2 - Проявлять способность эффективно работать в команде, умения аргументировать и убеждать</p>
	<p>ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного</p>

<p>функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p>	<p>типа, распространённые в профессиональной области</p> <p>З-2 - Объяснять специфику и содержание профессиональных функций в организациях различного типа</p> <p>З-3 - Перечислить нормативные документы, содержащие требования к выполнению работником своих профессиональных функций</p> <p>З-4 - Сделать обзор основных стратегий поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p> <p>Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения, умение эффективно работать в команде, лидерские качества</p>
<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>З-2 - Характеризовать роль и механизм межведомственного взаимодействия и социального партнерства в достижении целей организации и решении профессиональных задач</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности</p>

		<p>У-2 - Обосновать целесообразность выбора форм межведомственного взаимодействия и социального партнерства для решения профессиональных задач с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов</p> <p>П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач</p> <p>П-2 - Решать поставленные задачи, относящиеся к области профессиональной деятельности, опираясь на принципы и используя различные формы межведомственного взаимодействия и социального партнерства</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия</p>
	<p>ПК-2 - Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью</p>	<p>З-1 - Знать современные методы и принципы управления организациями и проектами в сфере сервиса</p> <p>З-2 - Основы организации и планирования и реализации деятельности предприятий сервиса</p> <p>У-1 - Определять цели и задачи, ресурсы и условия реализации производственной деятельности, проектов в сфере сервиса</p> <p>У-2 - Планировать сервисную деятельность предприятия, проектную деятельность в сфере сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать полученную информацию и использовать ее в соответствии с требованиями организации служб сервиса</p> <p>У-4 - Осуществлять выбор тех или иных вариантов действия при принятии управленческих решений</p> <p>У-5 - Осуществлять экономическую и социальную экспертизу сервисной деятельности</p>

		<p>П-1 - Принимать аргументированные управленческие решения</p> <p>П-2 - Контролировать реализацию управленческих решений на предприятиях и проектах сферы сервиса</p> <p>П-3 - Применять планирование деятельности предприятий в сфере на стратегическом и тактическом уровне</p> <p>П-4 - Владеть практическими навыками решения задач менеджмента сервисной организации</p> <p>Д-1 - Способность человека распоряжаться собственной властью, направлять деятельность подчиненных в определенное русло, оказывать подчиненным поддержку, проявлять к ним участие и наделять их полномочиями</p>
	<p>ПК-9 - Способен к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности</p>	<p>Д-1 - Способность адаптироваться и работать с различными ситуациями, отдельными лицами и группами. Быть в состоянии быстро думать и не останавливаться перед неожиданностью</p> <p>Д-2 - Демонстрирует логическое и толерантное мышление, умение убеждать и достигать поставленных целей</p>
<p>Фирменный стиль, бренд и имидж</p>	<p>ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>

	<p>ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p>	<p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p> <p>Д-2 - Проявлять способность эффективно работать в команде, умения аргументировать и убеждать</p>
	<p>ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>	<p>З-2 - Обосновать роль профессиональной культуры и значимость соблюдения профессиональных этических норм для успешной профессиональной деятельности</p> <p>У-2 - Самостоятельно выбирать каналы и формы получения обратной связи о своей профессиональной деятельности</p> <p>П-2 - Составлять план мероприятий по формированию и поддержанию профессиональной культуры</p>
	<p>ПК-4 - Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p>	<p>З-1 - Методы маркетинговых исследований используемых в сервисной деятельности</p> <p>З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих</p>

		<p>У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса</p> <p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
	<p>ПК-10 - Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>З-1 - Особенности и основные принципы функционирования интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса</p> <p>З-2 - Виды коммуникативных продуктов, требования к их формированию и оценке эффективности</p> <p>У-3 - Выбирать средства, методы и методики для решения проблем в сфере коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать способы решения в том числе и нестандартные для решения проблем в коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p> <p>П-1 - Осуществлять планирование коммуникационной деятельностью предприятия в сфере сервиса</p> <p>П-2 - Разрабатывать коммуникативные продукты, используя современные технологии и методики</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление</p>

		<p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
	<p>ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>	<p>П-3 - Применять средства и методы дизайн-технологий для выполнения проектов в сфере дизайна и рекламы</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Организация и планирование, управление
деятельностью предприятий в сфере
креативных индустрий

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Журавлева Надежда Ивановна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Журавлева Надежда Ивановна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Креативные индустрии	Креативные индустрии как особый сектор экономики: социокультурные, экономические, политические факторы. Сферы креативных индустрий. Глобальные и локальные тренды.
2	Основы организации предприятия	Юридические и правовые аспекты организации предприятия. Структура предприятия. Организация производства на предприятиях в сфере креативных индустрий. Факторы, формирующие качество услуг и продукции.
3	Основы планирования деятельности предприятия	Понятие внутрифирменного планирования в условиях рынка. Принципы и методы планирования. Система планов предприятия и порядок их реализации. Характеристика и показатели плана маркетинга.
4.	Основы управления деятельностью предприятия	Организационные формы управления предприятием. Методы и функции управления. Структура процесса управления предприятием. Управление персоналом. Прибыль предприятия и ее распределение.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-2 - Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	У-1 - Определять цели и задачи, ресурсы и условия реализации производственной деятельности, проектов в сфере сервиса

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация и планирование, управление деятельностью предприятий в сфере креативных индустрий

Электронные ресурсы (издания)

1. Долгов, А. И.; Стратегический менеджмент : учебное пособие.; Флинта, Москва; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145> (Электронное издание)
2. Романов, А. А.; Рекламный менеджмент : учебно-практическое пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770> (Электронное издание)
3. Ильенкова, С. Д.; Социальный менеджмент : учебно-методическое пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93212> (Электронное издание)
4. Маслов, В. И.; Менеджмент : учебно-методическое пособие.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2019; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103839> (Электронное издание)
5. Сероштанов, Л. Л.; Менеджмент в условиях малого бизнеса : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140584> (Электронное издание)
6. Веснин, В. Р.; Менеджмент в вопросах и ответах : учебное пособие.; Проспект, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251691> (Электронное издание)
7. Веснин, В. Р.; Менеджмент : учебник.; Проспект, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251693> (Электронное издание)
8. Полухина, А. Н.; Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме; ПГТУ, Йошкар-Ола; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277048> (Электронное издание)
9. Сурова, Н. Ю.; Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446441> (Электронное издание)
10. Левочкина, Н. А.; Музейный менеджмент : курс лекций.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457613> (Электронное издание)
11. Назайкин, А. Н.; Менеджмент рекламы в современных СМИ. В интернете, прессе, на телевидении и радио : учебно-практическое пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488372> (Электронное издание)
12. Цветкова, Г. С.; Рекламный менеджмент : учебное пособие.; ПГТУ, Йошкар-Ола; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305> (Электронное издание)

13. ; Арт-менеджмент : учебное пособие.; СФУ, Красноярск; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978> (Электронное издание)

14. Марусева, И. В.; Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2019; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282> (Электронное издание)

Печатные издания

1. , Казанцев, А. К., Миндели, Л. Э., Завлин, П. Н.; Основы инновационного менеджмента: Теория и практика : учебное пособие для вузов.; Экономика, Москва; 2000 (3 экз.)

2. Нархов, Д. Ю., Серова, Н. Б.; Реклама: управленческий аспект : учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 100100 "Социально-культурный сервис".; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2015 (43 экз.)

3. Мотышина, М. С., Большаков, А. С., Михайлов, В. И.; Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие.; Феникс, Ростов-на-Дону; 2008 (5 экз.)

4. Михайлова, Т. Б.; Менеджмент музеев : учебно-методическое пособие для студентов вуза, обучающихся по направлению подготовки 50.03.03 "История искусств".; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2019 (15 экз.)

5. Переверзев, М. П., Косцов, Т. В.; Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. пособие по направлению подгот. 031600 "Искусства и гуманитар. науки".; ИНФРА-М, Москва; 2007 (1 экз.)

6. Бусыгин, А. В.; Предпринимательство : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Менеджмент", "Национальная экономика".; Дело, Москва; 2000 (2 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»<https://cyberleninka.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация и планирование, управление деятельностью предприятий в сфере креативных индустрий

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
--------------	---------------------	--	--

1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Организация promotion кампании

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Попов Евгений Анатольевич	кандидат культурологии, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
3	Резник Ирина Борисовна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Попов Евгений Анатольевич, Доцент, культурологии и дизайна
- Резник Ирина Борисовна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК)	Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Средства и технологии интегрированных маркетинговых коммуникаций.
2	Маркетинговая и коммуникационная стратегия.	Формулирование маркетинговой и коммуникационной стратегии организации. Выбор целей, средств и технологий.
3	Подготовка проведения promotion кампании (аналитический блок)	Маркетинговые исследования. Анализ рынка. Анализ конкурентной среды. Анализ целевой аудитории. Анализ продукта (реализуемого товара или услуги).
4	Разработка концепции promotion кампании	Формулирование креативной концепции кампании. Процедура рекламной кампании. Разработка контента. Разработка эффективной стратегии. Формирование команды и бюджет.
5	Проведение и анализ эффективности promotion кампании	Проведение promotion кампании. Интернет маркетинг, контент маркетинг. Место медиапланирования в кампании. PR кампания Мониторинг и оценка эффективности кампании.

--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом	З-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация promotion кампании

Электронные ресурсы (издания)

1. Ермолова, Н., Н., Нарциссова, Н.; Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279818> (Электронное издание)

2. Шпаковский, В. О.; PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие.; Инфра-Инженерия, Москва|Вологда; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (Электронное издание)
3. , Синяева, И. М.; Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438> (Электронное издание)
4. Невоструев, П. Ю.; Маркетинговые коммуникации : учебно-практическое пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93160> (Электронное издание)
5. Лужнова, Н. В.; Маркетинговые коммуникации : учебное пособие.; ОГУ, Оренбург; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768> (Электронное издание)
6. Шпаковский, В. О.; Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Котляревская, И. В., Головина, А. Н.; Маркетинг : учеб. пособие. Ч. 3. Ценовая политика. Сбытовая политика. Продвижение; УрФУ, Екатеринбург; 2011 (5 экз.)
2. Рожков, И. Я.; От брендинга к бренд-билдингу. Создание и продвижение фирменных товаров. Повышение марочного капитала. Российский опыт; Гелла-принт, Москва; 2004 (29 экз.)
3. Синяева, И. М., Земляк, С. В., Синяев, В. В., Дашков, Л. П.; Маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг".; Дашков и К°, Москва; 2007 (11 экз.)
4. Ульяновский, А. В.; Маркетинговые коммуникации. 28 инструментов миллениума. С учетом новейших тенденций, диктуемых современным рынком; Эксмо, Москва; 2008 (7 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация promotion кампании

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения

1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Фирменный стиль, бренд и имидж

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Бренд	Бренд и брендинг. Стратегии развития компании: бизнес, маркетинговая, брендинговая, дизайн стратегия, коммуникационная. Бренд как уникальное ощущение. Алгоритм проектирования бренда. Бренд дизайн как комплекс. Бренд, фирменный стиль и имидж.
2	Фирменный стиль и имидж.	Понятие фирменного стиля. Роль фирменного стиля в современном бизнесе. Связь фирменного стиля бренда и имиджа. Функции фирменного стиля. Фирменный стиль и реклама. Формирование имиджа компании с помощью фирменного стиля.
3	Фирменный стиль как визуальный образ бренда	Технологии разработки элементов фирменного стиля: товарный знак; логотип; фирменный блок; фирменный лозунг (слоган); фирменные цвета; фирменный комплект шрифтов; постоянный коммуникант (лицо, образ компании). Фирменные коммуникационные средства с использованием элементов фирменного стиля. Имиджевые коммуникационные средства: фирменный бланк; фирменная печать; персональная визитные карточки; различные типы конвертов; фирменная папка для бумаг; рекламная продукция; сувенирная продукция. Идентити гайд (corporate identity), брендбук, гайд-бук.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-10 - Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса	У-3 - Выбирать средства, методы и методики для решения проблем в сфере коммуникативной деятельности предприятия сервиса

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Фирменный стиль, бренд и имидж

Электронные ресурсы (издания)

1. Цыганков, В. А.; Фирменный стиль или корпоративная идентификация : учебное пособие.; ООО “Сам Полиграфист”, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488275> (Электронное издание)
2. Бутакова, А. Д.; Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857> (Электронное издание)
3. Зотов, В. В.; Бренд-решения : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90812> (Электронное издание)
4. Макашев, М. О.; Бренд : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390> (Электронное издание)
5. Чумиков, А. Н.; Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635> (Электронное издание)
6. МакДональд, М., М.; Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697> (Электронное издание)
7. Шарков, Ф. И.; Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Туэмлоу, Э., Крутских, К.; Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи; Астрель : АСТ, Москва; 2006 (7 экз.)
2. , Овруцкий, А. В.; Анатомия рекламного образа: фирменный стиль, технологии брендинга, звуковые

средства : [курс лекций для вузов по специальности 350700 "Реклама"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2004 (16 экз.)

3. Рожков, И. Я.; От брендинга к бренд-билдингу. Создание и продвижение фирменных товаров. Повышение марочного капитала. Российский опыт; Гелла-принт, Москва; 2004 (29 экз.)

4. Аакер, Д. А., Дэвид А., Кияченко, Н. В., Москвичева, А. Н., Быстрова, Ю. А.; Бренд-лидерство: новая концепция брендинга; Изд. Дом Гребенникова, Москва; 2003 (8 экз.)

5. Дэвис, С., Домнин, В. Н., Кузин, В.; Бренд-билдинг. Создание бизнеса, раскручивающего бренд; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2005 (14 экз.)

6. Ванэкен, Б., Домнин, В., Малкова, И.; Бренд-помощь. Простое руководство, которое поможет решить проблемы брендинга; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2005 (10 экз.)

7. Васильева, М.; Бренд: сила личности; Питер, Санкт-Петербург; 2004 (11 экз.)

8. Шарков, Ф. И.; Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие по специальностям "Связи с общественностью", "Реклама", "Журналистика", "Социология".; Дашков и К, Москва; 2010 (15 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Социальная сеть <https://www.pinterest.ru/>

Хабр <https://habr.com/ru/flows/design/>

Behance <https://www.behance.net/>

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»<https://cyberleninka.ru/>

Сайт о шрифтах <https://fonts-online.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Фирменный стиль, бренд и имидж

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
-------	--------------	---	---

1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>