



*ФГОС ВО  
(версия 3+)*

## **МАРКЕТИНГ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕК- ЛАМА В ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Методические указания по подготовке курсовой работы**

**ЧЕЛЯБИНСК 2016**

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

**Факультет театра, кино и телевидения  
Кафедра режиссуры театрализованных представлений и праздников**



**МАРКЕТИНГ, СВЯЗИ СОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И  
РЕКЛАМА В ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Методические указания по подготовке курсовой работы**

по специальности 55.05.04 Продюсерство  
Уровень высшего образования специалитет  
Программа подготовки: специалитет  
Специализация «Продюсер исполнительских искусств»  
Квалификация: Продюсер исполнительских искусств

Форма обучения: очная  
срок защиты – 6 семестр  
Форма обучения: заочная  
срок защиты – 6 семестр

**Челябинск 2016**

УДК 339.1 (073)  
ББК 65.281.3 я73  
М 27

Автор-составитель: Т. Ю. Карпова, кандидат экономических наук, доцент

Методические указания по курсовой работе как составная часть ОПОП рекомендованы на заседании совета факультета театра, кино и телевидения рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 2 от 31.10.2016

Экспертиза проведена 03.11.2016, акт № 2016/ПИИ

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на:

<b>Учебный год</b>	<b>Совет факультета</b>	<b>№ протокола, дата утверждения</b>
2017–2018	театра, кино и телевидения	№ 01 от 18.09.2017
2018–2019	театра, кино и телевидения	№ 01 от 31.08.2018
2019–2020		
2020–2021		

М 27

Маркетинг, связи с общественностью и реклама в продюсерской деятельности: методические указания по курсовой работе по специальности 55.05.04 Продюсерство, уровень высшего образования специалитет, программа подготовки: специалитет, специализация «Продюсер исполнительских искусств», квалификация: Продюсер исполнительских искусств / авт.-сост. Т. Ю. Карпова ; Челяб. гос. ин-т культуры. – Челябинск, 2016. – 32 с. – (ФГОС ВО версия 3+).

Методические указания по курсовой работе включают: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине в рамках подготовки курсовой работы, соотношенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по курсовой работе, перечень литературы, рекомендуемой для подготовки курсовой работы, перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», рекомендуемых для подготовки курсовой работы, методические указания для обучающихся по подготовке курсовой работы, перечень информационных технологий, используемых при подготовке и защите курсовых работ, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, описание материально-технической базы, необходимой для подготовки и защиты курсовой работы.

© Челябинский государственный  
институт культуры, 2016

## Содержание

Аннотация	5
<b>1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине в рамках подготовки курсовой работы, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы</b>	6
<b>2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по курсовой работе</b>	7
2.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	7
2.1.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	7
2.1.2. Описание шкал оценивания курсовой работы	9
2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	12
2.2.1. Примерные темы курсовых работ по дисциплине «История и теория праздничной культуры»	12
2.2.2. Порядок закрепления и утверждения тем курсовых работ	13
2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	13
<b>3. Перечень литературы, рекомендуемой для подготовки курсовой работы</b>	14
3.1. Основная литература	15
3.2. Дополнительная литература	15
<b>4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», рекомендуемых для подготовки курсовой работы</b>	16
<b>5. Методические указания для обучающихся по подготовке курсовой работы</b>	16
5.1. Основные этапы подготовки курсовой работы	16
5.2. Структура курсовой работы	18
5.3. Оформление курсовой работы	22
<b>6. Перечень информационных технологий, используемых при подготовке и защите курсовых работ, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем</b>	23
<b>7. Описание материально-технической базы, необходимой для подготовки и защиты курсовой работы</b>	24
Приложение 1. Шаблон листа «Утверждение тем курсовых работ»	25
Приложение 2. Шаблон протокола заседания комиссии по защите курсовой работы	26
Приложение 3. Шаблон оформления титульного листа	28
Приложение 4. Шаблон оформления оглавления курсовой работы	29
Приложение 5. Шаблон отзыва руководителя на курсовую работу	30
Лист изменений	31

## Аннотация

1	Код и название дисциплины по учебному плану	Б1.Б.23 Маркетинг, связи с общественностью и реклама в продюсерской деятельности
2	Цель дисциплины	овладение теоретическими и практическими навыками в области маркетинговых исследований и маркетинговой деятельности в сфере продюсерской деятельности, а также формирование у студентов теоретических знаний о месте и роли связей с общественностью и рекламы в продвижении потребителю продукции продюсерской деятельности.
3	Задачи дисциплины заключаются в:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование знаний о сущности маркетинговой деятельности;</li> <li>- усвоение теоретических основ и специфики проведения маркетинговых исследований;</li> <li>- изучение принципов, функций и концепций маркетинга;</li> <li>- изучение особенностей маркетинга в сфере продюсерской деятельности;</li> <li>- изучение понятий рекламы, социально-психологических основ рекламы, правового регулирования рекламной деятельности, организации рекламных кампаний.</li> </ul>
4	Коды формируемых компетенций	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-5
5	Планируемые результаты обучения по дисциплине	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен приобрести:</p> <p>знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципов анализа и мышления;</li> <li>– основных понятий рекламы, ее сущность, цели, функции и задачи рекламы;</li> <li>– механизмов психологического воздействия;</li> <li>– роли маркетинга в управлении;</li> </ul> <p>умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять смыслы, заложенные в материале;</li> <li>– определять цели и задачи рекламы;</li> <li>– использовать методы психологического воздействия;</li> <li>– анализировать конкурентоспособности и жизненного цикла товара;</li> </ul> <p>навыки и (или) опыт деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– готовность применять на практике принципы анализа;</li> <li>– применения полученных знаний;</li> <li>– психологического воздействия на аудиторию;</li> <li>– составления жизненного цикла товара на теоретическом уровне.</li> </ul>
6	Общая трудоемкость дисциплины, в рамках которой предусмотрена курсовая работа, составляет	<p>в зачетных единицах – 13</p> <p>в академических часах – 468</p>
7	Разработчики	Т. Ю. Карпова, кандидат экономических наук, доцент

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,  
В РАМКАХ ПОДГОТОВКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ,  
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся в рамках подготовки курсовой работы должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

**Таблица 1**

Результаты освоения ОПОП (содержание компетенций и код)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине в рамках компонентов компетенций		
	Пороговый (обязательный для всех обучающихся)	Продвинутый (превышение минимальных характеристик уровня сформированности компетенции)	Повышенный (максимальная сформированность компетенции)
1	2	3	4
Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)	<i>знания:</i> принципов анализа и мышления	<i>знания:</i> демонстрирует знания об основных принципах анализа и мышления	<i>знания:</i> формулирует и объясняет основные принципы анализа и мышления
	<i>умения:</i> выявлять смыслы, заложенные в материале	<i>умения:</i> подразделяет принципы анализа	<i>умения:</i> обосновывает принципы анализа
	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> готовность применять на практике принципы анализа	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> применяет на практике принципы анализа	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> выбирает и применяет на практике принципы анализа
Способность ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом особенностей рыночной экономики, самостоятельно вести поиск работы на рынке труда, владение методами экономической оценки художественных проектов, интеллектуального труда (ОПК-1)	<i>знания:</i> основных понятий рекламы, ее сущность, цели, функции и задачи рекламы	<i>знания:</i> основные характеристики рекламного маркетинга и рекламного рынка	<i>знания:</i> основные понятия организации рекламной кампании, ее цели:
	<i>умения:</i> определять цели и задачи рекламы	<i>умения:</i> определять задачи исследования рекламного рынка	<i>умения:</i> разработки маркетинговых программ
	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> применения полученных знаний	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> использовать полученный данные и определить характер рынка	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> использования программы на практике
Способность работы в многонациональном коллективе, в том числе и над междисциплинарными, инновационными проектами, способность к руководству подразделения, лидера группы работников, формировать цели команды, принимать решения о ситуациях риска, учитывая цену	<i>знания:</i> механизмов психологического воздействия	<i>знания:</i> потребительские мотивы и факторы	<i>знания:</i> основы руководства коллективом
	<i>умения:</i> использовать методы психологического воздействия	<i>умения:</i> учитывать потребительские мотивы и факторы	<i>умения:</i> использовать знания ТК РФ
	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> психологического воздействия на аудиторию	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> использования потребительских факторов	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> применения ТК РФ в работе с коллективом

ошибки, оказывать помощь работникам (ОПК-3)			
Владение знаниями основ управления, организации и экономики в сфере культуры, предпринимательства и маркетинга (ПК-5)	<i>знания:</i> роли маркетинга в управлении	<i>знания:</i> сущность, функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночной экономики	<i>знания:</i> содержания и структуры маркетинговых программ
	<i>умения:</i> анализировать конкурентоспособности и жизненного цикла товара	<i>умения:</i> сегментировать и позиционировать рекламный рынок	<i>умения:</i> разработки маркетинговых программ
	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> составления жизненного цикла товара на теоретическом уровне	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> позиционирования товаров	<i>навыки и (или) опыт деятельности:</i> использования маркетинговых программ на теоретическом уровне

## 2. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО КУРСОВОЙ РАБОТЕ

### 2.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 2

#### 2.1.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Показатели сформированности компетенций (пороговый уровень)	Критерии оценивания уровня сформированности компетенций	Формы контроля
1	2	3
<b>Начальный (входной) этап формирования компетенций (входные знания)</b>		
Демонстрирует входящие знания по предмету	Перечисляет основные характеристики и определения явления реклама	<i>диагностические:</i> входное тестирование, самоанализ, опрос
<b>Текущий этап формирования компетенций</b> (связан с выполнением обучающимися заданий, может осуществляться выявление причин непонимания какого-либо элемента содержания или неумения при выполнении заданий)		
<i>знания:</i> принципов анализа и мышления	Перечисляет этапы анализа и моделирования маркетингового исследования	<i>Активная учебная лекция; семинары; практические занятия, самостоятельная работа:</i> устный опрос (базовый уровень / по диагностическим вопросам); письменная работа (типовые задания); самостоятельное решение контрольных (типовых) заданий и т. д.
механизмов психологического воздействия	Моделирует полученные знания на практике	
основных понятий рекламы, ее сущность, цели, функции и задачи рекламы	Перечисляет факты рыночной экономики	
роли маркетинга в управ-	Перечисляет факты в об-	

лении	ласти принятия управленческих решений	
<b>умения:</b> определять цели и задачи рекламы	Перечисляет особенности рекламы	
использовать методы психологического воздействия	Демонстрирует когнитивные и практические умения	
анализировать конкурентоспособности и жизненного цикла товара	Демонстрирует когнитивные и практические умения	
выявлять смыслы, заложенные в материале	Перечисляет и объясняет полученную информацию маркетингового исследования	
<b>навыки и (или) опыт деятельности:</b> применения полученных знаний	Показывает теоретические навыки разработки финансовых решений	
психологического воздействия на аудиторию	Перечисляет аспекты обучения в области экономических трендов	
составления жизненного цикла товара на теоретическом уровне	Перечисляет основные этапы	
готовность применять на практике принципы анализа	Оформляет отчет проведения маркетингового исследования	
<b>Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций</b>		
<b>знания:</b> принципов анализа и мышления	Перечисляет этапы анализа и моделирования маркетингового исследования	<b>Зачет (7 и 8 сем), экзамен:</b> – – ответы на теоретические вопросы на уровне описания, воспроизведения материала; – выполнение практических заданий на уровне понимания. <b>Защита курсовой работы:</b> – степень оригинальности текста минимально допустимая; – изложение материала на уровне реферирования источников; – достаточность собственных обобщений и выводов; – некорректное использование некоторых источников.
механизмов психологического воздействия	Моделирует полученные знания на практике	
основных понятий рекламы, ее сущность, цели, функции и задачи рекламы	Перечисляет факты рыночной экономики	
роли маркетинга в управлении	Перечисляет факты в области принятия управленческих решений	
<b>умения:</b> определять цели и задачи рекламы	Перечисляет особенности рекламы	
использовать методы психологического воздействия	Демонстрирует когнитивные и практические умения	
анализировать конкурентоспособности и жизненного цикла товара	Демонстрирует когнитивные и практические умения	
выявлять смыслы, заложенные в материале	Перечисляет и объясняет полученную информацию маркетингового исследования	



<b>навыки и (или) опыт деятельности:</b> применения полученных знаний	Показывает теоретические навыки разработки финансовых решений	
психологического воздействия на аудиторию	Перечисляет аспекты обучения в области экономических трендов	
составления жизненного цикла товара на теоретическом уровне	Перечисляет основные этапы	
готовность применять на практике принципы анализа	Оформляет отчет проведения маркетингового исследования	

**Формы контроля для продвинутого уровня:**

– на *текущем* этапе формирования компетенций **Групповые и индивидуальные консультации по курсовой работе; самостоятельная работа:** : устный опрос о ходе работы над курсовой (ответы на вопросы, сформулированные, с учетом опережения при работе над курсовой); самостоятельное решение проблем, возникающих при написании работы, например, самостоятельно определена структура курсовой работы (с учетом содержания глав и параграфов) требующая незначительной корректировки со стороны руководителя, выявлены источники для написания курсовой работы.

– на *промежуточном* (аттестационном) этапе формирования компетенций: **Защита курсовой работы:** степень оригинальности текста соответствующая нормативным требованиям; изложение материала с элементами анализа источников; наличие собственных обобщений и выводов; корректное использование опубликованных источников и электронных ресурсов; высокий уровень оформления работы, соответствующий требованиям методических указаний.

**Формы контроля для повышенного уровня:**

– на *текущем* этапе формирования компетенций: **Групповые и индивидуальные консультации по курсовой работе; самостоятельная работа:** : устный опрос о ходе работы над курсовой (развернутые ответы на вопросы, сформулированные, с учетом опережения при работе над курсовой); самостоятельное решение проблем, возникающих при написании работы, например, самостоятельно определена структура курсовой работы (с учетом содержания глав и параграфов) не требующая корректировки со стороны руководителя, выявлены источники для написания курсовой работы.

– на *промежуточном* (аттестационном) этапе формирования компетенций: **Защита курсовой работы:** степень оригинальности текста превышающая нормативные требования; изложение материала с элементами интерпретации и оценки; наличие собственных обобщений и выводов, рекомендаций, понимания проблем и перспектив изучения темы; корректное использование опубликованных источников и электронных ресурсов; высокий уровень оформления работы, соответствующий требованиям методических указаний.

**2.1.2. Описание шкалы оценивания курсовой работы**

Таблица 3

<b>Оценка по номинальной шкале</b>	<b>Описание уровней результатов обучения</b>
------------------------------------	--

<p><b>Отлично</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обоснование актуальности темы с учетом развития науки и (или) практики.</li> <li>– Полнота и качество оценки степени разработанности темы в специальной литературе.</li> <li>– Поставленные цель и задачи реализованы в полном объеме.</li> <li>– Тема раскрыта глубоко и многоаспектно.</li> <li>– Наличие материала, ориентированного на практическое использование (в зависимости от темы).</li> <li>– Полученные результаты и выводы достоверны и обоснованны.</li> <li>– Наличие собственных выводов по главам.</li> <li>– Эрудиция, использование междисциплинарных связей.</li> <li>– Соблюдение всех требований к структуре работы (с учетом требований, изложенных в методических указаниях).</li> <li>– Информационная культура (корректное цитирование опубликованных документов и электронных ресурсов). Оформление списка использованной литературы сделано с учетом требований ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.</li> <li>– Высокая степень оригинальности текста (не более 60%)</li> <li>– Высокое качество оформления работы с учетом всех требований, изложенных в методических указаниях.</li> <li>– Курсовая работа сдана в установленный срок.</li> <li>– На защите курсовой работы выступление полностью соответствовало всем требованиям, изложенным в методических указаниях, были даны аргументированные ответы на все поставленные вопросы. Использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.</li> </ul>
<p><b>Хорошо</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обоснование актуальности темы.</li> <li>– Степень разработанности темы в специальной литературе оценена недостаточно полно и качественно.</li> <li>– Поставленные задачи реализованы не в полном объеме.</li> <li>– Не в полном объеме раскрыты отдельные аспекты темы.</li> <li>– Полученные результаты не получили достаточного обоснования.</li> <li>– Выводы по главам недостаточно содержательны.</li> <li>– Требования к структуре работы соблюдены в целом (с учетом требований, изложенных в методических указаниях).</li> <li>– Информационная культура. Оформление списка использованной литературы сделано с учетом требований ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления (не все источники процитированы корректно, список использованной литературы содержит незначительные погрешности в библиографическом описании документов).</li> <li>– степень оригинальности текста соответствует минимально допустимому уровню (не менее 60%)</li> <li>– Качество оформления работы с учетом требований, изложенных в методических указаниях, имеет отдельные недостатки.</li> <li>– Курсовая работа сдана с нарушением установленного срока.</li> <li>– На защите курсовой работы выступление в целом соответствовало всем требованиям, изложенным в методических указаниях, были даны ответы на все поставленные вопросы. Использованы информационные технологии (PowerPoint). Были допущены незначительные ошибки в представляемой информации.</li> </ul>
<p><b>Удовлетворительно</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– В обосновании актуальности темы учтены не все аспекты.</li> <li>– Отсутствует оценка степени разработанности темы в специальной литературе, использованные источники только перечислены.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Поставленные задачи реализованы не в полном объеме.</li> <li>– Не раскрыты отдельные аспекты темы.</li> <li>– Полученные результаты не получили обоснования.</li> <li>– Отсутствуют собственные выводы по главам</li> <li>– Не в полной мере соблюдены требования к структуре работы (с учетом требований, изложенных в методических указаниях)</li> <li>– Информационная культура. Не соблюдены требования ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления (некорректное использование источников, список использованной литературы содержит ошибки в библиографическом описании документов и расположение записей).</li> <li>– Степень оригинальности текста незначительно уступает минимально допустимому уровню.</li> <li>– Качество оформления работы с учетом требований, изложенных в методических указаниях, имеет существенные недостатки.</li> <li>– Курсовая работа сдана с большим нарушением установленного срока.</li> <li>– На защите курсовой работы выступление не соответствовало требованиям, изложенным в методических указаниях. Ответы на вопросы вызвали затруднения, они были даны только после наводящих вопросов со стороны членов комиссии. Использованы информационные технологии (PowerPoint). Были допущены незначительные ошибки в представляемой информации. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.</li> </ul>
<p><b>Неудовлетворительно</b></p>	<p>Качество и оформление курсовой работы не соответствует требованиям методических указаний по курсовой работе</p>

## **2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

### **2.2.1. Примерные темы курсовых работ по дисциплине « Маркетинг, связи с общественностью и реклама в продюсерской деятельности»**

1. Концепция маркетинга в сфере театрального искусства.
2. Концепция маркетинга в сфере шоу-бизнеса.
3. Комплекс театрального маркетинга.
4. Управление маркетингом продюсерской компании.
5. Анализ тенденций и специфики рынка исполнительских искусств (театрального рынка, музыкального, фестивального, рынка театрально-зрелищный услуг).
6. Стратегии маркетинга исполнительских искусств.
7. Маркетинговое управление продюсерской компанией.
8. Факторы формирования зрительской аудитории.
9. Анализ внешней и внутренней среды маркетинга продюсерской компании.
10. PR-деятельность и интернет-маркетинг как средства продвижения на рынке продюсерских услуг.
11. Рынок продюсерских организаций и услуг: маркетинговый аспект.
12. Маркетинговое управление продюсерским проектом.
13. Субъектно-объектные отношения продюсерской деятельности на рынке исполнительских искусств.
14. Маркетинг продюсерского проекта создания частного драматического театра в промышленном городе.
15. Рынок индустрии развлечений: маркетинговый подход.
16. Маркетинговые технологии организации шоу-программ.
17. Управление маркетингом шоу-программ.
18. Маркетинговые коммуникации как средство стимулирования зрительских предпочтений.
19. Маркетинговое планирование театрального проекта.
20. Маркетинг продюсирования музыкального фестиваля.
21. Сценическая деятельность в системе некоммерческого маркетинга.
22. Эволюция маркетинга сценической деятельности.
23. Применение концепций маркетинга в практике сценических организаций.
24. Особенности использования комплекса маркетинга в сценических организациях (на конкретном примере).
25. Логика и этапы разработки маркетинговых программ в ОИИ.
26. Формирование и развитие системы общественных коммуникаций в ОИИ.
27. Пути создания благоприятного имиджа сценической организации.
28. Функции рекламы в сфере культуры.
29. Средства рекламы в сфере культуры.
30. Психологические особенности театральной рекламы
31. Реклама и паблик рилейшнз в небольшой сценической организации.
32. Направления сотрудничества ОИИ со средствами массовой информации.
33. Формирование политики ценообразования в ОИИ,
34. Организация фандрейзинга в ОИИ.
35. Меценатство и спонсорство в сценической деятельности России.
36. Задачи и направления деятельности попечительских советов в ОИИ.
37. Организация и методика проведения маркетинговых исследований

### **2.2.2. Порядок закрепления и утверждения тем курсовых работ**

Темы курсовой работы предлагаются выпускающей кафедрой режиссуры театрализованных представлений и праздников. Студентам предоставляется право выбора темы из перечня, предложенного кафедрой, утвержденного на заседании кафедры. При этом студент вправе предложить свою тему, обосновав необходимость и целесообразность ее разработки. Тематика курсовой работы, предложенная студентом, должна быть согласована либо с руководителем курсовой работы, либо с заведующим кафедрой. При выборе темы студент учитывает личные профессиональные интересы, возможность практического использования полученных в процессе обучения знаний и собственную исследовательскую инициативу.

Закрепление окончательных формулировок тем вносится в лист «Утверждение тем курсовых работ» (см. Приложение 1) и утверждается на заседании кафедры не позднее 3 месяцев до защиты курсовых работ.

### **2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (утв. [приказом](#) Министерства образования и науки РФ № от 05 апреля 2017 г. № 301) и локальными актами (положениями) образовательной организации «Об организации учебной работы» (утв. 25 сентября 2017 г.), «О промежуточной аттестации обучающихся» (утв. 15.02.2016).

2. Научное руководство курсовой работой осуществляет преподаватель выпускающей кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников. Функциями научного руководителя являются:

- определение темы;
- регулярное консультирование студента по методике подготовки курсовой работы, отбору источников;
- проверка качества структурных разделов работы и рекомендации по исправлению недостатков;
- информирование кафедры, деканата в случае неудовлетворительной работы студента;
- принятие решения о допуске (не допуске) курсовой работы к защите;
- проверка курсовой работы на объем заимствований и распечатка сформированного отчета из официально утвержденной в академии программы;
- подготовка отзыва на курсовую работу.

3. Для подготовки к промежуточной аттестации в форме публичной защиты курсовой работы рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 2.1);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта (см. п. 2.2).

4. Требования к прохождению промежуточной аттестации в форме публичной защиты курсовой работы.

4.1. Дата защиты курсовой работы вносится в расписание зачетно-экзаменационной сессии.

4.2. Студент должен предоставить курсовую работу в бумажном и электронном варианте (название файла: фамилия студента. аббревиатуру «КР». курс и год защиты (например, Иванов. КР. 2 курс. 2016) на выпускающую кафедру не позднее, чем за 10 дней до ее защиты (в случае, если работа сдана после установленного срока, оценка снижается на 1 балл). Бумажный вариант курсовой работы должен быть подписан руководителем на титульном листе (см. Приложение 3).

4.3. Лаборант кафедры регистрирует курсовую работу в журнале, а на титульном листе курсовой работы вписывает дату ее сдачи (см. Приложение 3). В целях проверки курсовой работы на объем заимствований и включения курсовой работы в электронное портфолио студента лаборант кафедры копирует файл, содержащий текст курсовой работы на компьютер кафедры.

4.4. Руководитель курсовой работы осуществляет ее проверку, в т. ч. на объем заимствований и пишет отзыв (см. Приложение 5).

4.5. Не позднее, чем за 2 дня до защиты курсовой работы студент должен познакомиться с отзывом руководителя и подготовиться к защите. Выступление должно быть кратким, четким и корректным и сопровождаться демонстрацией основных положений работы при поддержке программы PowerPoint.

4.6. В ходе защиты курсовых работ члены комиссии используют:

- лист «Утверждение тем курсовых работ»;
- описание шкалы оценивания курсовой работы;
- курсовые работы;
- отзывы руководителей;
- отчеты о проверке курсовых работ на объем заимствований.

4.7. Порядок защиты курсовой работы:

- выступление студента;
- вопросы к студенту со стороны членов комиссии и других присутствующих;
- ответное выступление студента, а также ответы на вопросы, поставленные в отзыве руководителем и заданные в ходе процедуры защиты.

4.8. Решение об оценке курсовой работы принимается на закрытом заседании комиссии, оформляется протоколом (Приложение 2) и объявляется в день проведения защиты. Критерии оценки курсовой работы см. п. 2.1.2. Описание шкалы оценивания курсовой работы.

4.9. Защищенные курсовые работы хранятся на выпускающей кафедре в течение всего срока обучения студентов. Электронная версия курсовой работы со сканированным титульным листом (на котором должны быть проставлены: дата сдачи, подпись руководителя, зав. кафедрой, дата защиты, дата защита, оценка и подпись председателя). Отзывы руководителей хранятся в номенклатуре дел кафедры (дело № 04-11)

4.10. Форма проведения текущего контроля и итоговой аттестации по курсовой работе для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для ответа на защите курсовой работы и специалиста-помощника.

### **3. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, РЕКОМЕНДУЕМОЙ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### 3.1. Основная литература

1. Федеральный Закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями) // Гарант: правовая система.– Режим доступа : <http://www.garant.ru/>.– Загл. с экрана
2. Донов Д.А. Технологии театрального маркетинга: практический анализ театрального продукта и сегментов его потенциальной аудитории. –Справочник руководителя учреждения культуры –2006. -№ 6
3. Ученова В. В., История рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Ученова, Н.В. Старых. – 3 – е издание. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 495 с.
4. Реклама в сфере культуры: Учебное пособие / Ульяновский А.В. – СПб.: Изд-во «Лань», Изд во «Планета музыки», 2012. – 520 с.
5. Котлер Ф., Шефф Дж. Все билеты проданы. Стратегия маркетинга исполнительных искусств: Пер. с англ. –М.: Классика XXI, 2004. –688 с

### 3.2. Дополнительная литература

1. Ануфриев, А. Ф. Научное исследование. Курсовые, дипломные и диссертационные работы / А. Ф. Ануфриев. – М. : Ось–89, 2002. – 112
2. Голубков Е. П. Основы маркетинга: учеб. / Е. П. Голубков. – 2-е изд., перераб. И доп.– М.: Финпресс, 2003.– 688с.
3. Завьялов П.С. Реклама — активная составляющая маркетинга // Маркетинг. 2005. № 1. С. 27-37.
4. Игра в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / И.В. Швецов, Ю.С. и др. под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2009. – 159 с.
5. Карпов В. Маркетинг (материалы к лекции) //Маркетинг. 2003. № 2. С. 57-67.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. - М.: Вильямс, 2003.- 656 с.
7. Лашманова Н.В. Информационные системы маркетинга: учебное пособие.- СПб.: Изд-во СПбГУП, 2006.- 188 с.
8. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Н. А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник, 2007.- 272 с.
9. Маркетинг: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки, биржи, ЮНИТИ, 2006. – 560 с.
10. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. – СПб.: Питер, 2002.- 400 с.
11. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – М.: Юрайт, 2013. – 521 с.
12. Реклама и массовая культура; Служанка или госпожа? Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика» и «Реклама» / В.В. Ученова. - М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 248 с.
13. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров /И.М. Синяева, О.Н. Романе, Д.А. Жильцов. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 552 с.
14. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг – СПб, Питер, 2008. – 448 с.
15. Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге. – СПб, Питер, 2001. – 352 с.
16. Хруцкий В.Е., Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка.: учеб. пособие / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева.– 3-е изд., перераб. И доп. - М.: Ф и С. 2005.- 560 с.

#### 4. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», РЕКОМЕНДУЕМЫХ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

www.i-exam.ru – Единый портал интернет-тестирования в сфере образования.

#### 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПОДГОТОВКЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

##### 5.1. Основные требования к выполнению курсовой работы и этапы ее подготовки

Тема курсовой работы должна быть актуальна, соответствовать в целом социально-культурной стратегии государства, интересам общественных организаций, различных обществ, компаний и частных лиц в сфере продюсерской деятельности исполнительских искусств.

При написании работы должны быть показаны типы, виды, характер маркетинговых мероприятий в сфере продюсирования исполнительских искусств, стадии их подготовки, ресурсный маркетинговый потенциал.

Главным является не только анализ, обобщение и использование конкретного материала, а обоснованная формулировка проблемной маркетинговой ситуации, выявления причин появления проблемы и рекомендуемые пути и способы решения маркетинговых проблем в продюсировании исполнительских искусств. Необходимо проявить умение сочетать в анализе экономические, управленческие, предпринимательские, проектные, отраслевые и методические стороны исследуемого объекта.

Курсовая работа представляет собой законченную самостоятельную разработку, написанную на основе изучения студентом *специальной литературы, дополнительных источников*. Курсовая работа по дисциплине «Маркетинг, связи с общественностью и реклама в продюсерской деятельности» имеет преимущественно *научно-исследовательский характер, поэтому опора на использование научно - исследовательских методов обязательна*.

Работа над курсовой работой начинается с выбора темы и установочной консультации научного руководителя, в ходе которой определяется общая стратегия работы, намечаются цели и задачи, составляется рабочий график подготовки курсовой работы.

На основных этапах выполнения курсовой работы происходит:

**Предварительное изучение темы курсовой работы.** Кроме установочной консультации научного руководителя общее представление о теме курсовой работы помогут получить соответствующие разделы и рубрики учебных, справочных изданий (см. раздел 3, 4).

**Выявление источников поиска по теме.** Предварительно составляется список источников, которые предстоит проработать для выявления специальной литературы. Для этого нужно просмотреть список основных изданий.

**Составление рабочей картотеки.** Рабочая картотека включает в себя библиографические записи источников по теме, выявленных студентом. Библиографические описания должны **обязательно** соответствовать требованиям следующих стандартов:

- ГОСТ 7.1–2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления;
- ГОСТ Р 7.0.12-2011 Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила;



▪ ГОСТ 7.80–2000 Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления.

В ходе подготовки курсовой работы карточки с библиографическими описаниями могут быть сгруппированы сначала в алфавите авторов и заглавий, затем – по главам. Целесообразно на карточках рабочей картотеки проставлять шифры книг (это облегчит в дальнейшем заказ издания в библиотеке), а также другие рабочие пометки. Окончательный отбор источников для включения в список использованной литературы обычно проводится после написания текста курсовой работы.

**Изучение литературы.** Изучение выявленных публикаций целесообразно начинать с изданий последних лет, освещающих проблему в целом. Это поможет увидеть изучаемую тему во всей ее глубине и многоаспектности, оценить разработанность темы в специальной литературе, а в дальнейшем – определить структуру курсовой работы. В ходе изучения литературы конспекты и рабочие записи следует делать таким образом, чтобы в дальнейшем легко можно было точно и грамотно оформить ссылку на ту или иную цитату.

**Уточнение структуры курсовой работы.** Составленный предварительно рабочий план на данном этапе уточняется и детализируется в соответствии с имеющимся материалом. Уточненный вариант рабочего плана должен быть согласован с научным руководителем. Более подробно о структурных элементах курсовой работы – см. пп. 5.2.

**Написание текста курсовой работы.** Курсовая работа должна продемонстрировать, что студент не только овладел навыком выявления литературы по теме, сумел изучить публикации, но и умеет логически изложить их основное содержание и самостоятельно обобщить, интерпретировать материал. Наличие сформулированной собственной точки зрения на изучаемую проблему не обязательно, но приветствуется.

На использованные источники необходимо ссылаться. Следует помнить, что к цитированию нужно прибегать только тогда, когда действительно нельзя обойтись без ссылки на мнения ведущих ученых и специалистов. Цитату можно передать своими словами, если при этом не нарушается смысловая точность цитируемого произведения. Ссылка на источник в этом случае тоже необходима. При изложении дискуссионного материала особенно важна персонифицированность ссылок (например, «По мнению ведущего специалиста в области истории книжного дела, профессора И. Е. Баренбаума, ...» (3, с. 25)). Дискуссионный материал желательно завершать собственными выводами, определением личной позиции по тому или иному вопросу.

Библиографические ссылки **обязательно** следует оформлять в виде отсылок к «Списку использованной литературы». В тексте в скобках в конце цитаты или ее изложения приводят следующие цифры: первая отсылает к номеру библиографической записи в «Списке использованной литературы», вторая – к конкретной странице или нескольким страницам цитируемой работы – напр.: [4, с. 24-25]. Если ссылка дается на несколько публикаций, то цифры разделяются точкой с запятой – напр.: [8, с. 31; 23, с. 5]. В случаях, когда в тексте упоминается несколько работ одного или разных авторов (например, при характеристике степени изученности / разработанности темы), в скобках перечисляются через точку с запятой только номера библиографических записей – напр.: [3; 12; 22; 32-34].

**Редактирование текста курсовой работы.** До передачи курсовой работы на проверку научному руководителю, студенту следует тщательно вычитать и отредактировать ее самостоятельно. Необходимо перечитать весь текст, проверить его с точки зрения стиля, убедительности и точности приводимых доказательств, логичности изложения материала, наличия в работе выводов по главам, правильности оформления

ссылок и соответствия библиографического описания документов в «Списке использованной литературы» указанным выше ГОСТам.

**Оформление курсовой работы.** О требованиях к оформлению курсовой работы – см. соответствующий раздел «Методических указаний».

## 5.2. Структура курсовой работы

Структура курсовой работы включает: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы, приложения (в случае необходимости).

**Введение** должно содержать следующие элементы:

*актуальность (значимость) темы.* Авторская оценка научной, практической, методической значимости, целесообразности разработки заявленной темы, проблематики, исходя из современных тенденций развития;

*объект и предмет исследования.* Объект – это процесс, явление, порождающие проблемную ситуацию и избранные для изучения (то есть, объект – это то, что изучается). Предмет – это то, что находится в границах объекта (то есть, предмет – это то, в каком аспекте, каким образом изучается избранный объект).

*цель и задачи исследования.* Формулировка цели исследования соответствует заглавию курсовой работы с добавлением маркеров «анализ», «описание», «характеристика». Цель конкретизируется в задачах исследования, перечень которых отражает структуру курсовой работы. Заглавия глав, параграфов и составляют формулировки задач исследования.

*степень изученности / разработанности темы.* Анализ различных подходов к изучению данной темы с указанием научных школ, авторских коллективов, отдельных авторов со ссылками на публикации, включенными в список использованной литературы.

Логика анализа источников: от обобщающих работ, посвященных заявленной теме, – к публикациям, освещающим отдельные аспекты, фрагменты проблемы.

*методы исследования*

«Метод – (греч. methodos, исследование) – способ исследования явлений природы, подход к изучаемым явлениям, планомерный путь научного познания и установления истины; вообще – прием, способ или образ действия...» (Словарь иностранных слов в русском языке / подред. Ф. Н. Петрова. – М., 1997. – С. 440).

В Философском энциклопедическом словаре метод характеризуется как путь познания, как совокупность операций.

«Метод в своем общем значении есть путь, система способов и приемов, применяемая человеком для достижения определенных целей» (Лордкинанидзе, Д. О. Дидактика / Д. О. Лордкинанидзе. – Тбилиси, 1985. – С. 201).

**Абстрактно-логический** уровень познания осуществляется на основе умозаключения, что позволяет проникнуть в сущность предметов и явлений, а результаты познания выражаются в понятиях, принципах, теориях, законах. Этому методу соответствует группа теоретических методов познавательной деятельности.

### ЭМПИРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ НАУЧНОГО ПОЗНАНИЯ

Понятие «эмпирическое» в переводе с греческого языка означает познание опытным путем, т.е. познание внешнего средствами чувственного восприятия.

К эмпирическим методам относятся: наблюдение, беседа, сравнение, опрос, измерение.

### СРАВНЕНИЕ

Сравнение как метод используется при сопоставлении фактов, явлений или количественных показателей.

Сущность сравнения заключается в установлении **сходства** и **различия** при изучении фактов, условий, средств, факторов.

Нередко сравнение сочетается с **аналогией**. Отличительная особенность аналогии состоит в том, что она связана с **переносом свойств** с одного явления на другое. При сравнении же устанавливается лишь **сходство** или **различие** между явлениями, их признаками, устанавливаются тенденции их развития.

Применение метода сравнения требует придерживаться соответствующих правил:

- сравниваемые признаки должны принадлежать к одному классу или соотноситься с такими же признаками разных классов;
- в сравнении используются только сравнимые величины.

## **ОПРОС**

Опрос как метод проводится с помощью **открытых** и **закрытых** анкет, которые могут быть анонимными или персонифицированными. Наиболее сложной частью является составление самого опросника. Иногда опрос применяется для сбора первичной информации.

## **КОНТЕНТ-АНАЛИЗ**

**Контент-анализ** – метод, который используется как дополнительный к перечисленным методам сбора информации. Это может быть контент-анализ сценарных разработок, из которых добывается информация по какой-либо выборке (напр., характер приемов и форм активизации зрителя, тип театрализации).

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПОЗНАНИЯ**

Особенностью теоретического знания является его обобщенность, абстрактность, системность. Теоретические знания в большей мере связаны с философскими идеями и категориями, нежели с практикой.

Теоретические знания отражают **сущность** процессов, глубинные изменения, происходящие в них.

К обобщенно-теоретическим методам познания в науке относят:

- восхождение от абстрактного к конкретному;
- анализ и синтез;
- индукцию и дедукцию;
- структурный подход;
- моделирование;
- историко-логический метод;
- эксперимент.

## **АНАЛИЗ И СИНТЕЗ**

### **КАК ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Практически любое исследование связано с выяснением структуры, связей составляющих элементов, их состояния, что требует анализа.

«*Анализ* – (греч. analysis – разложение, расчленение, разбор) – метод научного исследования путем разложения предмета на составные части или мысленного расчленения объекта путем логической абстракции» (Словарь иностранных слов в русском языке / под ред. Ф. Н. Петрова. – М., 1997. – С. 47).

Анализ предполагает расчленение целого на составные части; оперирование нерасчлененным процессом или явлением не позволяет проникнуть в их сущность и управлять ими.

Метод анализа связан с тремя операциями:

- **изоляцией** выделенных элементов;
- избирательной **выборкой** элементов для их изучения;
- **систематизацией** элементов, исходя из цели и логики исследования.

Анализ всегда связан с **синтезом**, который возникает как метод объединения различных теоретических посылок, идей, утверждений, обеспечивающих получение новых знаний.

«*Синтез* – (греч. *synthesis* – соединение, сочетание, составление) – метод изучения предмета в его целостности, в единстве и взаимной связи его частей...» (Словарь иностранных слов в русском языке / под ред. Ф. Н. Петрова. – М., 1997. – С. 638).

Синтез позволяет: переносить знания с одного объекта на другой; по аналогии делать теоретические выводы; субординировать проблемы, определить очередность их решения.

### **ИНДУКТИВНО-ДЕДУКТИВНЫЙ МЕТОД**

«*Индукция* – (лат. *inductio* – наведение, побуждение) – логический метод, основанный на умозаключении от частных, единичных случаев к общему выводу, от отдельных фактов к обобщениям» (Словарь иностранных слов в русском языке / под ред. Ф.Н. Петрова. – М., 1997. – С. 269).

«*Дедукция* – (лат. – *deductio* – выведение) – логическое умозаключение от общего к частному, от общих суждений к частным или другим общим выводам» (Словарь иностранных слов в русском языке / под ред. Ф. Н. Петрова. – М., 1997. – С. 201).

Индукция и дедукция – взаимосвязанные методы научного исследования, эффективность которых зависит от сочетания с анализом и синтезом.

### **СТРУКТУРНЫЙ ПОДХОД**

Структурный подход связан всегда с **системным**.

«*Структура* – (лат. *Structura*) – строение, устройство» (Словарь иностранных слов в русском языке / под ред. Ф. Н. Петрова. – М., 1997. – С.664).

«*Система* – (греч. *systema*) – целое, составленное из частей» (Словарь иностранных слов в русском языке / под ред. Ф. Н. Петрова. – М., 1997. – С. 640).

Изучая определенную систему, приходится ее структурировать, выделять составные компоненты, определять уровень их развития, связей, отношений и функций.

Структурный подход всегда связан:

- с выявлением составных элементов, входящих в систему;
- с определением уровня развития этих элементов;
- с установлением характера связей между элементами и другими системами;
- с определением функций элементов и системы в целом.

### **МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ МЕТОД ПОЗНАНИЯ**

«*Модель* – (фр. *modele* от ит. *modello*) – образец, воспроизведение предмета в уменьшенном или увеличенном виде» (Словарь иностранных слов в русском языке / под ред. Ф. Н. Петрова. – М., 1997. – С. 453).

Модель в исследовании отражает:

- системный состав элементов процесса;
- воспроизводящие элементы системы;
- характер связей между элементами системы.

Модель в конкретном исследовании выступает как идеализированное представ-

ление о реальном процессе, явлении. Например, модель праздничного действия, посвященного торжественному событию – Дню города, фестивалю уличных театров и т.д.

## ЭКСПЕРИМЕНТ КАК МЕТОД НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

«*Эксперимент* – (лат. experimentum – проба, опыт) – научно поставленный опыт, наблюдение исследуемого явления в точно учитываемых условиях, позволяющих следить за ходом явления и воссоздавать его при повторении этих условий» (Словарь иностранных слов в русском языке / под ред. Ф. Н. Петрова. – М., 1997. – С. 797).

Эксперимент – надежный способ получения достоверных данных. Эффективное его использование в научном исследовании зависит от подготовленности исследователя,

Умения организовать работу, знания структуры, функции, принципов и условий проведения эксперимента.

Различают два вида эксперимента: **натуральный** (полевой, лабораторный) и **мысленный** (модельный).

В любом эксперименте можно выделить три этапа:

- организационно-прогностический;
- содержательно-процессуальный;
- аналитико-корректирующий.

**Организационно-прогностический** этап реализуется через следующие операции:

- определение темы и цели исследования;
- выбор предмета экспериментальной работы;
- планирование проведения экспериментальной работы;
- определение этапов хода эксперимента;
- определение критериев эксперимента.

**Содержательно-процессуальный** этап включает в себя:

- отбор содержания эксперимента;
- проведение самого эксперимента;
- стимулирование участников;
- сбор информации о ходе эксперимента.

**Аналитико-корректирующий** этап связан:

- с анализом полученных данных;
- со сверкой полученных материалов с целью, задачами и гипотезой;
- с коррекцией эксперимента, если есть отклонения;
- с обработкой материалов.

Эксперимент – трудоемкий, сложный метод исследования. Используется несколько видов экспериментов:

а) **констатирующий** позволяет выяснить реальное состояние явления или процесса. Его задачей является определение исходных основ организации и поведения базового эксперимента.

б) **преобразующий** (созидательный) имеет целью проверку гипотезы, позволяет выяснить новые связи, отношения, свойства, принципы, закономерности, пути совершенствования процесса;

в) **проверочный** (контрольный) имеет целью перепроверку полученных результатов на достоверность, уточнение ранее сформулированных теоретических выводов.

• *характеристика структуры работы.* Краткое описание наполнения, проблематики различных разделов текста: каждой главы (с указанием их названий), заключения,

списка литературы (с указанием количества библиографических записей), приложений (с указанием их общего количества, характера и формы).

Хотя введение открывает работу, писать его следует после завершения написания основного текста, потому что именно к этому времени автору обычно становится ясно, что именно он хотел сказать.

**Основная часть.** Курсовая работа подразделяется на логически связанные между собой разделы (обычно именуемые «главами» и «параграфами»). Каждая глава освещает самостоятельный вопрос поставленной проблемы, а параграф – отдельную часть вопроса. При этом формулировка их названия не может повторять общую тему работы. Перечень и последовательность глав (параграфов) должна соответствовать логике раскрытия темы («от общего – к частному»).

Количество глав, параграфов определяется по согласованию с научным руководителем. При этом учитываются специфика изучаемой проблемы, объем материала. Не исключено, что количество параграфов в разных главах может быть различным (но не менее двух); различным может быть и объем структурных разделов, однако следует стремиться к их равнозначности.

Излагать материал необходимо аргументировано, стилистически грамотно, четко, сжато, простым и ясным языком. Весь собранный эмпирический материал следует обобщить, иначе мысли и рассуждения автора могут потонуть в обилии фактографического материала. Особое внимание следует обратить на наличие выводов. Каждую главу следует завершать выводами, которые вытекают из текста и являются переходом к изложению материала в следующем разделе курсовой работы. Это обеспечивает единство всей работы и преемственность ее структурных частей.

**Заключение** подводит итог работы. В него включаются наиболее важные выводы в соответствии с поставленными задачами. В заключении могут быть намечены перспективы дальнейшего изучения, научной разработки исследованной в курсовой работе проблемы.

**Список использованной литературы** является обязательным элементом курсовой работы. Библиографические описания располагаются в *алфавитном порядке авторов и заглавий* и составляют в соответствии с действующими ГОСТами: ГОСТ 7.1–2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления; ГОСТ Р 7.0.12-2011 Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила; ГОСТ 7.80–2000 Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления.

**Приложения** включают в себя материалы, дополняющие текст курсовой работы (таблицы, иллюстрации и др.) Приложения нужно соответствующим образом оформить: каждый материал должен иметь заглавие. Приложения необходимо пронумеровать и озаглавить, ссылки в тексте следует сделать к этим номерам.

### 5.3. Оформление курсовой работы

Курсовая работа должна быть распечатана (отпечатана) на принтере шрифтом гарнитуры «Times New Roman», кегль 12 или 14 через 1,5 интервала. Работу печатают на одной стороне стандартного листа бумаги формата А4 с соблюдением полей: левое – 30 мм, правое, верхнее и нижнее – 20 мм.

Объем курсовой работы составляет 45-60 страниц печатного текста без списка использованной литературы и приложений. Выполненная работа должна быть скреплена скоросшивателем или переплетена.

Курсовая работа открывается титульным листом (см. Приложение 3). Вслед за

титульным листом следует поместить оглавление (см. Приложение 4). Порядковые номера страниц указываются внизу страницы с выравниванием от центра. На титульном листе номер страницы не ставится. «Введение, каждая глава, заключение, список использованной литературы и приложения всегда начинаются с новой страницы.

В тексте курсовой работы не должно быть сокращений.

#### **6. ПЕРЕЧЕНЬ** ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Информационные технологии – это совокупность методов, способов, приемов и средств обработки документированной информации, включая прикладные программные средства, и регламентированный порядок их применения.

При подготовке и защиты курсовой работы используются следующие информационные технологии:

- – офисные программы: Windows (*операционная система*)
- Microsoft Office 2007 (*Word, Excel, PowerPoint и др.*)
- базы данных (перечислить названия);
- организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, Интернет-групп, скайп;

#### **Лицензионное программное обеспечение**

Офисные программы:

- Windows (*операционная система*)
- Microsoft Office 2007 (*Word, Excel, PowerPoint и др.*)
- Visio 2007 (*создание планов и схем*)
- OneNote 2007,
- специализированные программы:
- AdobeReader 11.0,
- AdobeReader 9.0,
- 1С. Предприятие 8.0+Конфигурация (бух. учет, кадры, склады (логистика), управление торговлей, управление персоналом),
- информационные справочные системы: Гарант, Консультант Плюс,
- базы данных: архивы профессиональных журналов,
- организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, форумов, интернет-групп, Skype, чатов,
- видеоконференцсвязь,
- компьютерное тестирование.

Программы для работы в Интернете

- Mozilla Firefox (*браузер для просмотра сайтов*)
- Google Chrome (*браузер для просмотра сайтов*)

Графические редакторы:

- Adobe Photoshop
- Irbis 64 (*автоматизированная библиотечная система*).

## **7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ**

### **– ДЛЯ ПОДГОТОВКИ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Для подготовки курсовой работы используются аудитории для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду организации. Защита курсовой работы осуществляется в учебных аудиториях для проведения промежуточного контроля согласно расписанию.



**Шаблон листа «Утверждение тем курсовых работ»**

**Утверждение тем курсовых работ  
по дисциплине «Название дисциплины»  
студентов очной / заочной формы обучения  
группы № 000,  
обучающихся по направлению подготовки (специальности)  
код и наименование  
направленность (профиль) «...» (указывать, если есть)  
на 20...-20... учебный год**

Дата утверждения тем на заседании кафедры протокол № 00 от дд.мм.гггг

Срок сдачи курсовой работы –

<b>№ п/п</b>	<b>Тема курсовой работы</b>	<b>ФИО студента</b>	<b>ФИО руководителя</b>
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			

Заведующий кафедрой

Режиссуры театрализованных представлений и праздников

И. О. Фамилия

**Шаблон протокола заседания комиссии по защите курсовой работы**

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
**«Челябинский государственный институт культуры»**

**Факультет театра, кино и телевидения**  
**Кафедра режиссуры театрализованных представлений и праздников**

**ПРОТОКОЛ**

от дд.мм.20.. г.

№ XX

заседания комиссии по защите курсовой работы  
по дисциплине «Маркетинг, реклама и связи с общественностью в продюсерской дея-  
тельности»

студентов очной и заочной формы, гр. № , обучающихся  
по специальности 55.05.04 Продюсерство

программа подготовки: специалитет  
профиль / специализация «Продюсер исполнительских искусств»,  
квалификация: специалист

**Председатель комиссии** – *(инициалы и фамилия)*

**Секретарь** – *(инициалы и фамилия)*

**Присутствовали:** *(инициалы и фамилия);*  
*(инициалы и фамилия),*  
*(инициалы и фамилия)* – члены комиссии.

**Повестка дня:**

1. Защита курсовых работ.

**1. СЛУШАЛИ:**

Фамилия И. О. (должность) – проводится защита курсовых работ по дисциплине  
«Название» студентов гр. №

Заданные вопросы, результаты защиты и список курсовых работ рекомендо-  
ванных к участию в конкурсе студенческих научных работ отражены в приложении к про-  
токолу.

Председатель комиссии

*(подпись)*

И. О. Фамилия

Секретарь

*(подпись)*

И. О. Фамилия

Приложение  
к протоколу защиты курсовых работ  
№ XX от дд.мм.20\_\_г.

<b>№ п/п</b>	<b>ФИО студента</b>	<b>Тема курсовой работы</b>	<b>ФИО руководителя</b>	<b>Вопросы</b>	<b>Оценка</b>
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					

На конкурс студенческих научных работ рекомендовать следующие курсовые работы:

1. ФИО Название курсовой работы (ФИО руководителя).

**Шаблон оформления титульного листа**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

**Факультет театра, кино и телевидения**

**Кафедра режиссуры театрализованных представлений и праздников**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Маркетинг, реклама и связи с общественностью в  
продюсерской деятельности»

**НАЗВАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Выполнил студент:

\_\_\_\_ группы \_\_\_\_ курса,  
очной (заочной) формы обучения

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. студента (полностью))

Научный руководитель:

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(ученая степень, звание)

Дата сдачи –

Процент оригинальности текста –

Подпись студента –

Подпись руководителя –

Подпись зав. кафедрой –

**Курсовая работа защищена**

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_ г.

**Оценка** \_\_\_\_\_

**Пред. комиссии** \_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

(подпись)

**Челябинск 201\_**

**Шаблон оформления оглавления курсовой работы**

**Оглавление**

Введение	3
Глава 1. Название	5
1.1. Название	5
1.2. Название	8
1.3. Название	12
Глава 2. Название	16
2.1. Название	16
2.2. Название	20
2.3. Название	23
Заключение	26
Список использованной литературы	30
Приложение 1. Название	32
Приложение 2. Название	33

Шаблон отзыва руководителя на курсовую работу



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Отзыв руководителя на курсовую работу

Ф. И. О. студента –

Форма обучения – очная (заочная). Группа №

Тема курсовой работы:

Ф. И. О. руководителя –

Дата сдачи работы – **дд.мм.гггг**; дата защиты – **дд.мм.гггг**

1. Актуальность темы

- обоснована с учетом развития науки и (или) практики;
- при обосновании учтены не все аспекты;
- указать другие варианты.

2. Цель и задачи

- реализованы в полном объеме;
- реализованы не в полном объеме (частично);
- не реализованы.

3. Структура работы

- соответствует требованиям методических указаний;
- частично соответствует требованиям методических указаний;
- не соответствует требованиям методических указаний.

4. Качество раскрытия темы

- тема раскрыта;
- тема раскрыта не в полной мере;
- тема не раскрыта.

5. Информационная культура

- цитирование опубликованных документов и электронных ресурсов корректное, оформление списка использованной литературы сделано с учетом требований ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления;
- другие варианты.

6. Оформление курсовой работы

- с учетом всех требований, изложенных в методических указаниях;
- имеет отдельные недостатки;
- имеет существенные недостатки.

7. Результаты проверки курсовой работы на объем заимствований.

- % оригинальности (при нормативе, утвержденном на кафедре – 60%);
- % некорректного заимствования,

8. Рекомендации

- курсовая работа допускается к защите без вопросов;
- курсовая работа допускается к защите с вопросами;
- курсовая работа допускается к защите после исправления указанных недочетов с вопросами;
- курсовая работа не допускается к защите.

Вопросы, выносимые на защиту:

Руководитель

И. О. Фамилия

### Лист изменений в методические указания по курсовой работе

В методические указания по курсовой работе «Маркетинг, связи с общественностью и реклама в продюсерской деятельности» по специальности 55.05.04 Продюсерство внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола	Номер и наименование раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2016-2017	Протокол № 01 от 19.08.2016	Внесение изменений на обороте титульного листа	Герб, год, заполнение таблицы продления работы
2017-2018	Протокол № 01 от 18.09.2017	Титульный лист	Герб, год, заполнение таблицы продления работы
		Приложение 1	Изменение шаблона «Утверждение тем курсовых работ»
		Приложение 5	Изменение отзыва руководителя на курсовую работу
2018-2019	Протокол № 01 от 31.08.2018	Внесение изменений на обороте титульного листа	Внесение сведения о продлении МО
		3. Перечень литературы...	Внесение и обновления основного списка литературы
		6. Перечень информационных технологий...	Обновление лицензионного программного обеспечение
2019-2020	Протокол № дд.мм.гггг		
2020–2021	Протокол № дд.мм.гггг		

Учебное издание

Автор-составитель  
Татьяна Юрьевна **КАРПОВА**

## **МАРКЕТИНГ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМА В ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Методические указания по подготовке курсовой работы**  
по специальности 55.05.04 Продюсерство

Уровень высшего образования специалитет  
Программа подготовки: специалитет  
Специализация «Продюсер исполнительских искусств»  
Квалификация: Продюсер исполнительских искусств

Форма обучения: очная  
срок защиты – 6 семестр  
Форма обучения: заочная  
срок защиты – 6 семестр  
Печатается в авторской редакции

*Подписано к печати*  
*Формат 60x84/16*  
*Заказ*

*Объем 1,4 п. л.*  
*Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры  
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

---

Отпечатано в типографии ЧГИК