



ФГОС ВО
(версия 3++)

МАРКЕТИНГ
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2026

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

Кафедра социально-культурной деятельности

МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабочая программа дисциплины

**программа бакалавриата
«Менеджмент социально-культурной деятельности»
с применением
дистанционных образовательных технологий
по направлению подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельности
квалификация: бакалавр**

**Челябинск
ЧГИК
2026**

УДК 379.8
ББК 77
П 24

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность.

Автор-составитель: Семенова Е. В., доцент кафедры социально-культурной деятельности, к.п.н., доцент

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета культурологического факультета рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 8 от 22.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/СКД Мд

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 8 от 29.05. 2023.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2023/24	Протокол № 8 от 29.05.2023
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026

П24 Маркетинг социально-культурной деятельности: рабочая программа дисциплины : программа бакалавриата «Менеджмент социально-культурной деятельности» с применением дистанционных образовательных технологий по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, квалификация : бакалавр / авт.-сост. Е. В. Семенова ; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2022. – 36 с. – (ФГОС ВО версия 3++). – Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный
институт культуры, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

<u>Аннотация</u>	6
<u>1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы</u>	7
<u>2. Место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	8
<u>3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся</u>	8
<u>4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий</u>	8
4.1. Структура преподавания дисциплины	8
4.1.1. Матрица компетенций	9
4.2. Содержание дисциплины	9
<u>5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине</u>	11
5.1. Общие положения	11
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	12
5.2.1. Содержание самостоятельной работы	12
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы	12
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы	13
<u>6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u>	13
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	13
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	17
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	17
6.2.2. Описание шкал оценивания	18
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене	18
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания	19
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	20
6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену	20
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине	21
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы	21
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций	21
6.3.4.1. Планы семинарских занятий	21
6.3.4.2. Задания для практических занятий	21
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий	22
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)	22
6.3.4.5. Тестовые задания	22

<u>6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций</u>	22
<u>7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины</u>	23
<u>7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы</u>	23
<u>7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет</u>	24
<u>8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины</u>	24
<u>9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине</u>	26
<u>Лист изменений в рабочую программу дисциплины</u>	28

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.О.23 Маркетинг социально-культурной деятельности
2	Цель дисциплины	получение студентами базовых знаний и формирование общетеоретических, методологических представлений о маркетинге социально-культурной деятельности
3	Задачи дисциплины заключаются в:	- сформировать представление о сущности и специфике маркетинговых технологий в сфере досуга; - обобщить основные вопросы по теории, методике и практике маркетинга; - знать основные ресурсы маркетинговой деятельности; - выявить новые подходы в управлении маркетингом культурных процессов; - приобрести практические навыки работы с различной аудиторией в сфере продвижения культурных продуктов на основе сформированных у студентов глубоких и прочных знаний об особенностях каждой группы населения; - формировании у студентов навыков практической работы продвижения культурного продукта
4	Планируемые результаты освоения	УК-1; УК-9
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 4 в академических часах – 144
6	Разработчики	Е. В. Семенова, доцент кафедры социально-культурной деятельности, к.п.н., доцент

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетен- ций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	Знать	основы системного подхода, методы поиска, анализа и синтеза информации	основы системного подхода, методы поиска, анализа и синтеза маркетинговой информации в сфере культуры
	УК-1.2	Уметь	осуществлять поиск, анализ, синтез информации для решения поставленных задач в профессиональной сфере	осуществлять поиск, анализ, синтез маркетинговой информации для решения поставленных задач в сфере культуры
	УК-1.3	Владеть	навыками системного применения методов поиска, сбора, анализа и синтеза информации в изменяющейся ситуации	навыками системного применения методов поиска, сбора, анализа и синтеза маркетинговой информации в изменяющейся ситуации в сфере культуры
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	Знать	основные методы обоснования экономического поведения личности и организации	основные методы обоснования маркетинговой деятельности организации
	УК-9.2	Уметь	применять основные методы обоснования экономического поведения личности и организации	применять основные методы обоснования маркетинговой деятельности организации
	УК-9.3	Владеть	критериями выбора методов	критериями выбора методов

			обоснования экономического поведения личности и организации в различных ситуациях	обоснования маркетинговой деятельности организации в различных ситуациях
--	--	--	---	---

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Философия», «История России», «Культурология», «Экономика культуры», «Психология», «Социология», «Методика социологических исследований социально-культурной деятельности».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Эстетика», «Основы научного исследования: введение в подготовку выпускной квалификационной работы», прохождении практик: ознакомительная, проектная, педагогическая, преддипломная, подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов
	Заочная форма с применением исключительно дистанционных технологий
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	144
– Контактная работа (всего)	30
в том числе:	
лекции	8
семинары	
практические занятия	8
мелкогрупповые занятия	
индивидуальные занятия	
консультация <i>в рамках промежуточной аттестации (КонсПА)</i>	2
иная контактная работа (ИКР) <i>в рамках промежуточной аттестации</i>	2
консультации (конс.)	6
контроль самостоятельной работы (КСР)	4
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	107
– Промежуточная аттестация обучающегося – зачет: контроль	7

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам

**(РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА
АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ**

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

**Заочная форма обучения
с применением исключительно дистанционных технологий**

Наименование разделов (модулей), тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа			с/р	
		лек.	практ.	конс, КСР		
1	2	3	5	4	6	7
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	31	2			29	
Тема 2. Товар и его продвижение	35	2	4		29	
Консультация Контроль самостоятельной работы	6			4 2		
Итого в 5 сем.	72	4	4	6	58	
Тема 3. Бренд	20	2			16	
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	18	2			16	
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий	21		4		17	
Консультация Контроль самостоятельной работы	4			2 2		
Экзамен 6 семестр	11					КонсПА – 2 ч. ИКР – 2 час. Экзамен контроль – 7 ч.
Итого в 6 сем.	72	4	4	4	49	11
Всего по дисциплине	144	8	8	10	107	11

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов (модулей), тем	УК-3	ПК-1
1	2	3
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	+	+

Тема 2. Товар и его продвижение	+	+
Тема 3. Бренд	+	+
Тема 4. Современные маркетинговые процессы		
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий		
Экзамен 5 сем.	+	+

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика. Цель маркетинга. Система маркетинга. Концепция маркетинга. Маркетинговая политика. Виды маркетинга. Маркетинговая стратегия. Комплекс маркетинга. Карта рынка. Конкурентная среда. Доля рынка. Жизненный цикл клиента. Целевая аудитория. Клиентоориентированность. Портрет покупателя. Поведение потребителей. Поведенческая сегментация. Сегментация потребителей. Сегментация рынка. Лояльность клиента. Индекс потребительской лояльности. Лидер мнений. Позиционирование. Импульсная покупка. Маркетинговая среда. Маркетинговый анализ. Маркетинговое исследование. Целевой рынок.

Тема 2. Товар и его продвижение. Маркетинговый план. Жизненный цикл товара. Емкость рынка. Классификация товаров. Конкурентное преимущество. Ноу-хау. Стратегия продаж. Товарная политика. Товарная (ассортиментная) матрица. Новизна ассортимента. Портфельный анализ. Торговая марка. Ценообразование. Сбыт. Цепочка ценности. Ценовой диапазон. Сбытовая политика. Стимулирование продаж. Бюджет маркетинга. Перекрестные продажи. Непрямые продажи. Премиум-сегмент. Проблемное интервью. Сарафанное радио. Семантическое ядро. Сэмплинг. Сторителлинг. Тайный покупатель. Тестимониал. Таргетинг.

Тема 3. Бренд. Нейминг. Фирменный стиль. Атрибуты бренда. Бренд-маркетинг. Зонтичный бренд. Идентичность бренда. Структура идентичности бренда по Жану-Ноэлю Капфереру (визуальные характеристики (логотип, корпоративные цвета), организацию (атрибуты компании, ориентация на местные или глобальные рынки), личность (компания как человек, отношения с клиентами), символ (визуальные образы, наследие компании)). Модель идентичности бренда Лесли де Чернатони (атрибуты бренда (внешние составляющие, по которым клиенты узнают компанию), выгоды (преимущества, получаемые потребителями от продуктов компании), эмоции (чувства и ощущения, испытываемые клиентами при взаимодействии с компанией), преимущества (физический результат, получаемый клиентом), ценности (эмоции, испытываемые потребителем при использовании продукта)). Имидж-бренд. Концепция бренда. Личный бренд. Платформа бренда. Узнаваемость бренда. Стратегия бренда. Управление брендом. Ребрендинг.

Тема 4. Современные маркетинговые процессы. Маркетинговые коммуникации. Неценовая конкуренция. Горизонтальная диверсификация. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Инфотейнмент. Интерактивная реклама. Имиджевая реклама. Кастомизация. Конкурентная разведка. Копакинг. Коммуникативная стратегия. Канал распределения. Когортный анализ. Конверсия. Краудсорсинг. Кросс-промоушн. Канбан. Ньюсджекинг. Нативная реклама. Призыв к действию. Пресс-кит. Продакт-плейсмент. Промо-акция. Путь покупателя. Рекламная

кампания. Шелфтокер. Шоурил. Экспертное интервью. Эффект Гиффена. Эффект ореола.

Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий. AI маркетинг. Buzz маркетинг. B2C маркетинг. CRM маркетинг. Data-driven маркетинг. Performance маркетинг. Крауд-маркетинг. Кросс-маркетинг. Дифференцированный маркетинг. Исходящий маркетинг. Конверсионный маркетинг. Капельный маркетинг. Концентрированный маркетинг. Демаркетинг. Контент-маркетинг. Кросс-канальный маркетинг. Латеральный маркетинг. Маркетинг взаимоотношений. Маркетинг услуг. Маркетинг-кит. Нейромаркетинг. Операционный маркетинг. Омниканальный маркетинг. Партнерский маркетинг. Поведенческий маркетинг. Праздничный маркетинг. Партизанский маркетинг. Продуктовый маркетинг. Прямой маркетинг. Реферальный маркетинг. Событийный маркетинг. Синхромаркетинг. Ситуативный маркетинг. Социальный маркетинг. Территориальный маркетинг. Эмпирический маркетинг. Экологический маркетинг. Управление маркетингом. Стратегия «голубого океана».

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

- Целью самостоятельной работы обучающегося является:
- ~ формирование приверженности к будущей профессии;
 - ~ систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;
 - ~ формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);
 - ~ развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);
 - ~ формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;
 - ~ развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен *знать*:

- систему форм и методов обучения в вузе;
- основы научной организации труда;
- методики самостоятельной работы;
- критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

уметь:

- ~ проводить поиск в различных поисковых системах;
- ~ использовать различные виды изданий;
- ~ применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;

владеть:

- навыками планирования самостоятельной работы;
- навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
- навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем (в форме видеозаписи) и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся с использованием индивидуальных консультаций.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов (модулей), темы	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	Реферированный и дополненный план-конспект лекционного занятия	План-конспект лекционного занятия
Тема 2. Товар и его продвижение	Реферированный и дополненный план-конспект лекционного занятия	План-конспект лекционного занятия
Тема 3. Бренд	Реферированный и дополненный план-конспект лекционного занятия	План-конспект лекционного занятия
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	Реферированный и дополненный план-конспект лекционного занятия	План-конспект лекционного занятия
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий	Глоссарий актуального инструментария	План по избранным темам занятия

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1. Тема «Маркетинг: понятия и характеристика»

Цель работы: составить представление о понятии и характеристиках предметной области маркетинга

Задание и методика выполнения: на основании лекционного материала, собственных теоретических исследований, изучить основные понятия современного маркетинга и их характеристики

1. Изучить особенности предметной области маркетинга.
2. Провести терминологический анализ основных терминов маркетинга.

Самостоятельная работа № 2. Тема «Товар и его продвижение»

Цель работы: составить представление об особенностях товара как категории и специфике его продвижения на рынке

Задание и методика выполнения: на основании лекционного материала, собственных теоретических исследований, изучить особенности оценки товара для формирования концепции его продвижения потребителю

Провести анализ периодических изданий (в т.ч. сетевых) по практике современного состояния организации маркетинговых процессов

Самостоятельная работа № 3. Тема «Бренд»

Цель работы: изучить потенциал бренда как стимулирующего сбыт явления.

Задание и методика выполнения: проанализировать публикации прессы, радио- и телепередач о современной практике и проблемах эффективного использования бренда в продвижении товаров (услуг).

Провести анализ периодических изданий (в т.ч. сетевых) по практике современного состояния организации маркетинговых процессов.

Самостоятельная работа № 4. Тема «Современные маркетинговые процессы»

Цель работы: изучить особенности реализации современных маркетинговых процессов.

Задание и методика выполнения: проанализировать публикации прессы, радио- и телепередач о современной практике и проблемах эффективного маркетинга в продвижении товаров (услуг).

Провести анализ периодических изданий (в т.ч. сетевых) по практике современного состояния организации маркетинговых процессов.

Самостоятельная работа № 5. Тема «Маркетинг: актуальный инструментарий»

Цель работы: познакомиться с инструментами современного маркетинга.

Задание и методика выполнения: проанализировать публикации прессы, радио- и телепередач о современной практике и проблемах эффективного применения современных маркетинговых инструментов в продвижении товаров (услуг).

Провести анализ периодических изданий (в т.ч. сетевых) по практике современного состояния маркетингового инструментария.

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

<https://sdo.chgik.ru> – система дистанционно обучения ЧГИК (авторизованный доступ)

<http://fgosvo.ru/> – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

<https://openedu.ru> – Открытое образование.

**6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе
освоения образовательной программы**

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	– Самостоятельная работа № 1. Тема «Маркетинг: понятия и характеристика»
		УК-1.2	
		УК-1.3	
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	
		УК-9.2	
		УК-9.3	
Тема 2. Товар и его продвижение	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	– Практическое занятие № 1. Тема «Товар и его продвижения» – Самостоятельная работа № 2. Тема «Товар и его продвижение»
		УК-1.2	
		УК-1.3	
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	
		УК-9.2	
		УК-9.3	
Тема 3. Бренд	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	– Самостоятельная работа № 3. Тема «Бренд»
		УК-1.2	
		УК-1.3	
	УК-9. Способен принимать	УК-9.1	
		УК-9.2	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
	обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.3	
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	– Самостоятельная работа № 4. Тема «Современные маркетинговые процессы»
		УК-1.2	
		УК-1.3	
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	
		УК-9.2	
		УК-9.3	
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментариий	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	– Практическое занятие № 2. Тема «Маркетинг: актуальный инструментариий» – Самостоятельная работа № 2. Тема «Маркетинг: актуальный инструментариий»
		УК-1.2	
		УК-1.3	
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	
		УК-9.2	
		УК-9.3	

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Тема 1. Маркетинг: понятия и	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и	УК-1.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 1-10 для конкретной категории
		УК-1.2	
		УК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
характеристика	синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		населения № практико-ориентированных заданий: 1
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	
		УК-9.2	
		УК-9.3	
Тема 2. Товар и его продвижение	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 11-22 для конкретной категории населения № практико-ориентированных заданий: 2
		УК-1.2	
		УК-1.3	
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	
		УК-9.2	
		УК-9.3	
Тема 3. Бренд	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 23-30 для конкретной категории населения № практико-ориентированных заданий: 3
		УК-1.2	
		УК-1.3	
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	
		УК-9.2	
		УК-9.3	
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 31-34 для конкретной категории населения № практико-ориентированных заданий: 4
		УК-1.2	
		УК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижении компетенций	Наименование оценочного средства
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 УК-9.2 УК-9.3	
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 35-44 для конкретной категории населения № практико-ориентированных заданий: 5
	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 УК-9.2 УК-9.3	

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

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
УК-1	– понимает принципы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач; – применяет принципы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

	– способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	
УК-9	– понимает особенности обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности; – применяет методы обоснования экономических решений в различных областях жизнедеятельности; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Входное тестирование, экспресс-анализ, письменный опрос и др.
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; практические; самостоятельная работа: Письменный опрос по диагностическим вопросам; письменная работа; самостоятельное решение контрольных заданий и т. д.
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Экзамен: - выполнение практико-ориентированных заданий; – выполнение тестовых заданий.

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене

Критерии оценки	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
-----------------	---------	--------	-------------------	---------------------

Уровень усвоения материала, предусмотренного программой				
Умение выполнять задания, предусмотренные программой				
Уровень знакомства с основной литературой, предусмотренной программой				
Уровень знакомства с дополнительной литературой				
Уровень раскрытия причинно-следственных связей				
Уровень раскрытия междисциплинарных связей				
Педагогическая ориентация (культура речи, манера общения, умение использовать наглядные пособия, способность заинтересовать аудиторию)				
Качество ответа (его общая композиция, логичность, убежденность, общая эрудиция)				
Ответы на вопросы: полнота, аргументированность, убежденность, умение использовать ответы на вопросы для более полного раскрытия содержания вопроса				
Деловые и волевые качества обучающегося: ответственное отношение к работе, стремление к достижению высоких результатов, готовность к дискуссии, контактность				
Выполнение практического задания				
Общая оценка				

Описание шкалы оценивания при тестировании на базе тестовых материалов института

Оценка по номинальной шкале	% правильных ответов, полученных на тестировании
Зачтено / Отлично	от 81 до 100
Зачтено / Хорошо	от 51 до 80
Зачтено / Удовлетворительно	от 31 до 50
Не зачтено / Неудовлетворительно	менее 31

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Письменная работа (реферат и т. д.)

Критерии оценки	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Обоснование актуальности темы				
Качество оценки степени разработанности темы в специальной литературе				
Степень реализации поставленной цели и задач				
Объем и глубина раскрытия темы				
Наличие материала, ориентированного на практическое использование				
Достоверность и обоснованность полученных результатов и выводов				
Степень оригинальности текста				
Эрудиция, использование междисциплинарных связей				
Соблюдение требований к структуре работы				

Качество оформления работы с учетом требований				
Информационная культура (цитирование, оформление списка использованной литературы)				
Общая оценка				

Практическое (практико-ориентированное) задание

Качество выполнения задания (%)	Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
от 81 до 100	Отлично (зачтено)	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
от 51 до 80	Хорошо (зачтено)	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
от 31 до 50	Удовлетворительно (зачтено)	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
от 0 до 30	Неудовлетворительно (незачтено)	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену

Таблица 12

**Материалы, необходимые для оценки знаний
(примерные теоретические вопросы)
к экзамену**

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1	Цель маркетинга. Система маркетинга. Концепция маркетинга	УК-1, УК-9
2	Маркетинговая политика. Виды маркетинга. Маркетинговая стратегия	УК-1, УК-9
3	Комплекс маркетинга	УК-1, УК-9
4	Карта рынка. Конкурентная среда. Доля рынка	УК-1, УК-9
5	Жизненный цикл клиента. Целевая аудитория. Клиентоориентированность	УК-1, УК-9
6	Портрет покупателя. Поведение потребителей. Поведенческая сегментация. Сегментация потребителей	УК-1, УК-9
7	Сегментация рынка	УК-1, УК-9
8	Лояльность клиента. Индекс потребительской лояльности. Лидер мнений	УК-1, УК-9
9	Позиционирование. Импульсная покупка	УК-1, УК-9

10	Маркетинговая среда. Маркетинговый анализ. Маркетинговое исследование. Целевой рынок	УК-1, УК-9
11	Маркетинговый план	УК-1, УК-9
12	Жизненный цикл товара. Емкость рынка	УК-1, УК-9
13	Классификация товаров	УК-1, УК-9
14	Конкурентное преимущество. Ноу-хау	УК-1, УК-9
15	Стратегия продаж	УК-1, УК-9
16	Товарная политика. Товарная (ассортиментная) матрица. Новизна ассортимента	УК-1, УК-9
17	Портфельный анализ. Торговая марка	УК-1, УК-9
18	Ценообразование	УК-1, УК-9
19	Сбыт	УК-1, УК-9
20	Цепочка ценности. Ценовой диапазон	УК-1, УК-9
21	Стимулирование продаж	УК-1, УК-9
22	Бюджет маркетинга	УК-1, УК-9
23	Нейминг. Фирменный стиль	УК-1, УК-9
24	Атрибуты бренда. Бренд-маркетинг	УК-1, УК-9
25	Идентичность бренда. Имидж-бренд	УК-1, УК-9
26	Концепция бренда	УК-1, УК-9
27	Личный бренд	УК-1, УК-9
28	Платформа бренда. Узнаваемость бренда	УК-1, УК-9
29	Стратегия бренда. Управление брендом	УК-1, УК-9
30	Ребрендинг	УК-1, УК-9
31	Маркетинговые коммуникации	УК-1, УК-9
32	Неценовая конкуренция	УК-1, УК-9
33	Интегрированные маркетинговые коммуникации	УК-1, УК-9
34	Путь покупателя. Рекламная кампания	УК-1, УК-9
35	AI маркетинг	УК-1, УК-9
36	Дифференцированный маркетинг	УК-1, УК-9
37	Концентрированный маркетинг	УК-1, УК-9
38	Маркетинг взаимоотношений	УК-1, УК-9
39	Партнерский маркетинг	УК-1, УК-9
40	Поведенческий маркетинг	УК-1, УК-9
41	Праздничный маркетинг	УК-1, УК-9
42	Событийный маркетинг	УК-1, УК-9
43	Управление маркетингом	УК-1, УК-9
44	Управление маркетингом	УК-1, УК-9

Таблица 13

**Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(примерные практико-ориентированные задания)**

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1	По характеристике особенностей культурного продукта, определить стратегию продвижения и аргументировать ответ	УК-1, УК-9
2	Дать характеристику особенностей культурных продуктов для разных групп населения	УК-1, УК-9

6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов,

эссе и творческих заданий по дисциплине

Написание рефератов (эссе, творческих заданий) не предусмотрено.

.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинарские занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практическая работа № 1. Тема «Товар и его продвижение»
(творческое задание)

Цель работы освоить практические подходы, методики применения современных особенностей создания культурного продукта и его продвижения

Задание и методика выполнения: на основании лекционного материала, собственных теоретических исследований, сформулируйте свой взгляд на следующие вопросы (не более 1 страницы на каждый пункт).

1. Каким конкурентным преимуществом обладает продукт? (технологическое, ресурсное, рыночное, инновационное, культурное, управленческое)
2. На каком этапе жизненного цикла находится продукт? Обоснуйте
3. Опишите ассортиментную матрицу продукта по группам (локомотивы, сопутствующие, статусные, заменители, комплексные).
4. Влияющие на ценообразование факторы и группы методов ценообразования культурного продукта (факторы: себестоимость, позиционирование, конкуренция, ЖЦТ, экономическая ситуация, правовые нормы, восприятие цены потребителем; группы методов: затратные, рыночные, параметрические, промежуточные).
5. Цепочка ценности продукта.
6. Премиум-сегмент.
7. Вывод и рекомендации по улучшению ситуации.

Практическая работа № 2. Тема «Маркетинг: актуальный инструментарий»
(творческое задание)

Цель работы освоить практические подходы, методики применения современных маркетинговых инструментов для конкретного культурного продукта.

Задание и методика выполнения: на основании лекционного материала, собственных теоретических исследований, сформулируйте свой взгляд на следующие вопросы (не более 1 страницы на каждый пункт).

1. Обоснуйте выбор наиболее подходящих маркетинговых инструментов для создаваемого Вами культурного продукта (ориентировочно – 3).
2. Опишите возможности их применения и оцените потенциальную результативность.
3. Определите бюджет маркетинга при их применении.
4. Сформулируйте обоснование и алгоритм их внедрения в организации.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств. Используются тестовые задания в форме выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности) кейс-задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся регулируется в соответствии с локальными нормативными актами ЧГИК.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам / модулям) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации зачет. Обучающийся должен:

- ~ своевременно и качественно выполнять практические работы;
- ~ своевременно выполнять самостоятельные задания;
- ~ пройти промежуточное тестирование.

4. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ

РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы¹

1. Лесников, А. М. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие : учебное пособие / А. М. Лесников. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. – 191 с. – ISBN 978-5-94047-576-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/63769> (дата обращения: 15.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление : Учеб. / Р. И. Бунеева. – Ростов на Дону : Феникс, 2012. – 350с. -(<http://rucont.ru>).
3. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика : учеб. / О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили, И.И. Пичурин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – (<http://rucont.ru>).

7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

Единое окно доступа к информационным ресурсам.– Режим доступа: <http://window.edu.ru>

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

«Киберленинка» Научная электронная библиотека.– Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека E-library. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Национальная электронная библиотека – Режим доступа: <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>

Национальный открытый университет.– Режим доступа :<http://www.intuit.ru/>

Образовательный ресурс по AdobePhotoshop.– Режим доступа: <http://photoshoplessons.ru/>

Росинформкультура: рос.система науч.-информ. Обеспечения культур. Деятельности: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://infoculture.rsl.ru/RSKD/main.htm>

Российская книжная палата.– Режим доступа: <http://www.bookchamber.ru/>

ФГУП НТИЦ «Информрегистр» .– Режим доступа:<http://infoereg.ru/about/itemlist/category/49-obshhie-svedeniya>

ЭБС «Лань» – Режим доступа:<http://e.lanbook.com>

ЭБС «Руcont» — Режим доступа: <http://rucont.ru>

Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа:<http://www.dslib.net;>

Polpred.com. Обзор СМИ. Россия и зарубежье – Режим доступа: <http://polpred.com/news>

WebofSciense – Режим доступа: <https://webofscience.com>.

Информационные справочные системы:

Гарант,

Консультант+

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

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

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для дисциплины, изучаемой с применением ДОТ, используется модульная модель. Она предполагает разделение учебной дисциплины на модули. Модуль – это логически целостный, завершённый фрагмент учебной дисциплины. Модульная система при построении учебной дисциплины позволяет всем участникам образовательного процесса (обучаемому, педагогу, администратору) последовательно отслеживать и контролировать ход изучения дисциплины. Платформа Moodle позволяет сделать настройку, при которой от одного модуля к другому модулю обучающийся может переходить только при условии, если он прослушал лекции, правильно ответил на тестовые задания по итогам ее прослушивания, выполнил практические задания на положительную оценку. Эта же настройка не позволит обучающемуся перейти на следующий семестр, если он не завершил изучение хотя бы одной теме, в т. ч. не прошел итоговое тестирование, или получил неудовлетворительную оценку.

Комплексное изучение обучающимися дисциплины предполагает: овладение материалами лекций, печатными и электронными образовательными ресурсами, указанными в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе выполнения практических заданий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Все лекции сопровождаются слайдами, подготовленными в программе PowerPoint.

После прослушивания каждой лекции обучающийся должен ответить на три тестовых задания, составленных на основе ее содержания.

Основной целью практических занятий является отработка профессиональных умений и владений навыками. Выполненные практические задания прикрепляться обучающимися в личном кабинете на платформе Moodle и автоматически приходят на электронную почту преподавателя. При необходимости обучающимся могут быть предложены материалы для выполнения практического задания, например, отчеты, копии архивных документов, нормативные документы и т. д. Все задания для практических занятий озвучены преподавателем (цель – объяснить методику выполнения). Если у обучающегося возникли вопросы по выполнению задания, он может задать их на форуме. Форум позволяет преподавателю давать обучающимся дополнительные рекомендации и разъяснения. После проверки педагог выставляет оценку (можно дать краткие комментарии) в личном кабинете обучающегося.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой печатных и электронных образовательных ресурсов и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в профессиональных периодических изданиях (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

На платформе Moodle, на усмотрение преподавателя, могут быть размещены дополнительные материалы, например, словарь терминов, хрестоматия (сборник фрагментов текстов), иллюстративный, видеоматериал или ссылки на них и т. д.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 14

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Экзамен	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Экзамены служат формой проверки качества выполнения обучающимися учебных работ, усвоения учебного материала практических занятий.	Промежуточный
Кейс-задача	Проблемное задание, в котором, обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы в соответствующей области.	Текущий (в рамках практического занятия или сам. работы)
Конспекты	Вид письменной работы для закрепления и проверки знаний, основанный на умении «свертывать информацию», выделять главное.	Текущий (в рамках лекционных занятия или сам. работы)
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Наряду с решением типовых учебных, ситуационных, учебно-профессиональных задач могут быть включены задания повышенного уровня, требующие многоходовых решений как в известной, так и в нестандартной ситуациях.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки владения навыками и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
Разноуровневые задачи и задания	Оценочное средство для отработки умений и владения навыками. Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Текущий (в рамках практического занятия или сам. работы)
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру	Текущий (в рамках входной диагностики,

	измерения уровня знаний и умений обучающегося.	контроля по любому из видов занятий), промежуточный
--	--	---

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Материально-техническое оснащение обучения с использованием исключительно ДОТ включает следующие составляющие:

каналы связи не ниже 512 Кбит/с на одного пользователя, находящегося в здании, для организации взаимодействия в режиме видеоконференций, и 10 Мбит/с на 100 пользователей, одновременно подключенных к системе ДОТ;

~ система дистанционного обучения (платформа Moodle);

~ рабочие места педагогов;

~ дополнительное оборудование (web-камера, наушники, колонки);

~ программное обеспечение: Mirapolis Virtual Room, офисный пакет программ.

Формирование информационной среды осуществляется с помощью программной системы дистанционного обучения, с помощью которой создается и размещается интерактивный образовательный контент, фиксируются результаты и процесс продвижения обучающегося, создаются условия для взаимодействия участников образовательной деятельности (форумы, чаты и т. д.).

При обучении с применением исключительно ДОТ обучающимся должна использоваться компьютерная техника, которая отвечает следующим минимальным требованиям:

- наличие интернет-браузера и подключение к сети Интернет;
- программное обеспечение для работы с использованием аудио-, видео-;
- наушники и/или динамики, микрофон, web-камера.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде вуза из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее – Интернет), как на территории ЧГИК, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда ЧГИК обеспечивает:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, рабочим программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин, программах практик;

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы, содержащее:

• *документированные индивидуальные образовательные достижения:* сертификаты, дипломы, грамоты, документы об участии в грантах, сертификаты о прохождении тестирования и т. д.,

• *исследовательские, проектные и творческие работы:* публикации, проекты, и т. д.,

• *отзывы и характеристики на исследовательские, проектные и творческие работы:* благодарственные письма и т.д.

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением дистанционных образовательных технологий;

~ взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды в ЧГИК соответствует законодательству Российской Федерации.

Система дистанционно обучения ЧГИК (авторизованный доступ) – <https://sdo.chgik.ru>

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: платформа Moodle, Mirapolis Virtual Room, Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer,

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2023/24	протокол № 8 от 29.05.2023	-	Без изменений
2024/25	протокол № 11 от 27.05.2024	-	Без изменений
2025/26	протокол № 8 от 26.05.2025	-	Без изменений
2026/2027	Протокол № 10 от 25.05.2026		

Учебное издание

Автор-составитель
Елена Викторовна Семенова

МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабочая программа дисциплины

Программа бакалавриата
«Менеджмент социально-культурной деятельности»
с применением исключительно
дистанционных образовательных технологий
по направлению подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельность
Квалификация: бакалавр

Печатается в авторской редакции

Подписано к печати
Формат 60x84/16
Заказ

Объем п. л.
Тираж 100 экз.

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а
Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф
