

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.14 Комплексные исследования в отрасли

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ИБК_ЗАО_РИСО.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(специальность)

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
4	УП		8	96	4	3	Зачет
	РПД		8	96	4	3	
Итого	УП	4	8	128	4	4	
	РПД	4	8	128	4	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Дисциплина призвана обеспечить развитие у обучающихся необходимых компетенций и базовых представлений о принципах и методах комплексного исследования в выбранной сфере практической деятельности – креативных индустриях, моды и дизайна, как их неотъемлемой части.

1.2 Задачи дисциплины:

познакомить обучающегося с исследовательскими стратегиями в мире креативных индустрий и дизайна и моды в частности; отразить тенденции, складывающиеся в современной индустрии творчества, сформулировать приоритеты развития креативного бизнеса, опираясь на маркетинговые аспекты деятельности компаний, действующих в этой сфере.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Основы визуальной культуры

Культурные коммуникации Санкт-Петербурга

Современные проблемы дизайна и моды

Русский язык и культура речи

Информационно-коммуникационные технологии

Теория и практика рекламы

Реклама и связи с общественностью в сфере культуры и искусств

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Фирменный стиль и основы дизайна

Маркетинг социальных медиа

Введение в историю дизайна и искусств

Теория и практика фотографии

Введение в коммуникационные специальности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-1: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Знать: основные методики и инструменты проведения комплексных исследований отрасли деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Уметь: выявлять проблемы и формулировать цели комплексного исследования отрасли на основе принципов открытости.

Владеть: навыками определения актуальных маркетинговых инструментов на основе корпоративной социальной ответственности.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретико-методологические основания дисциплины. Культурная экономика в современном мире	3				
Тема 1. Феномен творческих индустрий. Основные понятия: креативная, культурная, творческая и досуговая деятельность и методы исследований в этой сфере		2		16	ИЛ
Тема 2. Коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. Специфика методов в коммуникационных исследованиях и разработке новых продуктов.		2		16	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Исследования и аналитика в индустрии творчества	4				
Тема 3. Элементы комплексного маркетингового анализа. Практическое занятие: анализ рыночной ситуации; анализ экономического состояния и хозяйственной деятельности организации; анализ маркетинговой деятельности; анализ маркетинговой стратегии; определение бренд-стратегии; определение позиционирования бренда.			2	24	АС
Тема 4. Качественные исследования. Практические занятия: Воркшопы: Определение воркшопа. Смысл проведения воркшопов для бизнеса и профессиональной деятельности. Проведение воркшопов: правила, техническая сторона, инструменты и упражнения. Глубинные интервью: Определение. Разновидности глубинных интервью. Преимущества и недостатки использования метода. Применение метода. Фокус-группы: определение. Разновидности фокус-групп. Преимущества и недостатки использования метода. Применение метода.			2	24	ГД
Раздел 3. Презентация результатов исследования					
Тема 5. Формы презентации и автоматизация отчетности по проведенному исследованию. Практическое занятие: Структура организации презентации.		2	24	ИЛ	

Тема 6. Агрегации полученных результатов и создания уникальных коммуникационных продуктов. Практическое занятие: формулировка инсайтов и предложения коммуникационных решений, оценки релевантности применения тех или иных методов и инструментов для решения содержательных задач.		2	24	НИ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	96	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25	128	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-1	описывает основной инструментарий для проведения комплексных исследований отрасли с учетом принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности самостоятельно и аргументированно выявляет проблемы и формулирует цели комплексного исследования отрасли характеризует и использует актуальные маркетинговые инструменты, учитывая принципы открытости, доверия и	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся в целом полностью выполнил предложенное практическое задание, допускается несколько (3-4 несущественные ошибки или неточности), ответил на один из вопросов преподавателя, показав знание материала в полном объеме; последовательно и продуманно изложив его с использованием терминологии учебного предмета, применяя конкретные примеры. Показал умение делать обобщение, сравнение, выводы. Содержание материала изложено самостоятельно, без наводящих или уточняющих вопросов.	
Не зачтено	Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые. Обучающийся не смог ответить на один из поставленных преподавателем вопросов по всему курсу, показав отсутствие знаний по изучаемой дисциплине.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 3	
1	Теоретико-методологические основания дисциплины.
2	Оценки релевантности применения тех или иных методов и инструментов для решения содержательных задач.
3	Формулировка инсайтов и предложения коммуникационных решений
4	Агрегации полученных результатов и создания уникальных коммуникационных продуктов.
5	Структура организации презентации.
6	Формы презентации и автоматизация отчетности по проведенному исследованию
7	Культурная экономика в современном мире
8	Феномен творческих индустрий.
9	Основные понятия: креативная, культурная, творческая и досуговая деятельность и методы исследований в этой сфере
10	Индивидуальная или групповая презентация
11	Коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности
12	Специфика методов в коммуникационных исследованиях и разработке новых продуктов.
13	Элементы комплексного маркетингового анализа.
14	Анализ рыночной ситуации
15	Анализ экономического состояния и хозяйственной деятельности организации
16	Анализ маркетинговой деятельности
17	Анализ маркетинговой стратегии
18	Определение бренд-стратегии
19	Определение позиционирования бренда.
20	Анализ деловых ситуаций
21	Анализ ситуаций и имитационных моделей
22	Качественные исследования.
23	Воркшопы: Определение воркшопа.
24	Смысл проведения воркшопов для бизнеса и профессиональной деятельности.
25	Проведение воркшопов: правила, техническая сторона, инструменты и упражнения.
26	Глубинные интервью: Определение.
27	Разновидности глубинных интервью. Преимущества и недостатки использования метода. Применение метода.
28	Фокус-группы: определение.
29	Разновидности фокус-груп. Преимущества и недостатки использования метода. Применение метода.

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Предложить план развития предложенного проекта, проведя комплексный анализ рыночной ситуации;

- анализ экономического состояния и хозяйственной деятельности организации;
- анализ маркетинговой деятельности ;
- анализ маркетинговой стратегии;
- определение бренд-стратегии;
- определение позиционирования бренда, на выбор.

Выявление трендов и ниш для позиционирования новых продуктов

Разработка мер по усилению бренда кинотеатра, дизайн-студии, коворкинга и т.п.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течении семестра выполняются контрольные работы.

Зачет проводится в устной форме. Обучающийся получает 1 вопрос и 1 практическое задание.

На подготовку к ответу по вопросу зачету обучающемуся дается 20 мин.

При ответе на вопрос зачета обучающийся должен быть способен связно излагать (а не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя, тематически связанные с его заданием.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Брезгина, К. В., Антинескул, Е. А., Ясырева, А. А.	Маркетинговые исследования	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83809.html
Кристева Ю., Орлова Э. А.	Семиотика. Исследования по семанализу	Москва: Академический Проект	2015	http://www.iprbookshop.ru/36558.html
Родионова, Н. В.	Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/52061.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Сиротина Л. К.	Управление исследованиями и разработками	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2845
Бородин О. Ю., Шадрина Т. В.	Статистические методы в гуманитарных исследованиях	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2370

Аллахвердов, В. М., Балева, М. В., Будрина, Е. Г., Валуева, Е. А., Владимиров, И. Ю., Волкова, Е. В., Воронин, А. Н., Галкина, Т. В., Гасимова, В. А., Гершкович, В. А., Григорьев, А. А., Дорфман, Л. Я., Дружинин, В. Н., Журавлев, А. Л., Ибрагимова, Е. Н., Иванчей, И. И., Кабанов, В. С., Карпов, А. В., Карпов, А. Д., Коровкин, С. Ю., Костина, Д. И., Кургинян, С. С., Логинов, Н. И., Морошкина, Н. В., Науменко, О. В., Овчинникова, И. В., Ожиганова, Г. В., Павлищак, О. В., Пономарев, Я. А., Попов, Л. М., Прохоров, А. О., Разумникова, О. М., Сабадош, П. А., Семенов, И. Н., Сергиенко, Е. А., Спиридонов, В. Ф., Сухановский, В. Ю., Устин, П. Н., Ушаков, Д. В., Филиппова, М. Г., Филяева, О. В., Холодная, М. А., Шадриков, В. Д., Яшанина, А. А., Журавлев, А. Л., Ушаков, Д. В., Холодная, М. А.	Современные исследования интеллекта и творчества	Москва: Институт психологии РАН	2015	http://www.iprbookshop.ru/51959.html
Рожнов А. Б., Турилина В. Ю.	Патентные исследования. Анализ патентной ситуации	Москва: Издательский Дом МИСиС	2015	http://www.iprbookshop.ru/64191.html
Якуничева Е. Н.	Нейромаркетинговые исследования в оценке дизайн-продукции	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018380
Сметанина Т. В.	Методы исследования в менеджменте	СПб.: СПбГУПТД	2015	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3529

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

Сайт профессионального PR-портала «Советник.ру». URL: <http://sovetnik.ru>

Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео

YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>

Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

Комплексные исследования информационного агентства InterMedia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.intermedia.ru/content/222>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска