



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**Аннотации дисциплин образовательной программы высшего образования
по направлению подготовки 43.03.01 Сервис,
направленность (профиль) «Креативные индустрии»**

История России

Цель дисциплины: сформировать у студентов целостное и научно-корректное представление о закономерностях и динамике исторического развития России, о важнейших событиях социально-экономической, политической и культурной жизни страны

Задачи дисциплины:

- выявить основные этапы, черты и особенности экономического развития России с древнейших времен до начала XXI в.;
- определить особенности социальной структуры общества на различных этапах его развития;
- проследить особенности политической системы России с древнейших времен и до начала XXI в.;
- проследить тенденции и факты развития культурной жизни России;
- акцентировать внимание обучающихся на дискуссионных проблемах изучения истории России;
- развить чувство неравнодушия к судьбе Отечества, его прошлому и настоящему.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. закономерности, основные события и особенности истории России, общие культурно-ценностные ориентиры и историко-культурное наследие России
2. закономерности, основные этапы истории развития российской государственности, роль России в многообразном, быстро меняющемся глобальном мире

Уметь:

1. осуществлять поиск, самостоятельно работать и критически анализировать источники и научную литературу по истории России; логически мыслить; вести научные дискуссии; соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий
2. анализировать социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории

Владеть:

1. навыками конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личного характера; демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию России
2. комплексом знаний об истории России и человечества в целом, представлениями об общем и особенном в мировом историческом процессе.

Всеобщая история

Цель дисциплины: сформировать у студентов целостное научное представление о ходе и многомерном характере всемирно-исторического процесса, особенностях истории локальных цивилизаций и содержании общих стадий цивилизационного развития; показать необходимость комплексного анализа любых явлений общественно-политической и культурной жизни с учётом принципа историзма; способствовать развитию навыков понимания особенностей мировоззрения и культурно-поведенческих норм, характерных для людей, принадлежащих к различным культурам и цивилизациям

Задачи дисциплины:

– показать масштаб проблемного поля исторической науки, включающего не только традиционную военно-политическую событийную историю, но и историю ментальностей, повседневности, религий, гендерную историю, микроисторию и т.д.;

– рассмотреть основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени;

– представить многообразие путей развития общества в истории Древнего мира, Средних веков, Нового и Новейшего времени;

– изучить мировоззренческие и ценностные представления людей в различные периоды истории;

– сформировать навыки комплексного анализа исторических явлений и процессов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени, особенности подходов к исследованию истории ментальностей, повседневности, микроистории, религий и гендерной истории

2. основные достижения мировой культуры и особенности традиций различных народов мира

Уметь:

1. сопоставлять особенности различных культур и цивилизаций, выделять общее и особенное в развитии общества на разных исторических этапах и стадиях цивилизационного развития

2. анализировать актуальные проблемы современной цивилизации

Владеть:

1. навыками проведения комплексного анализа исторических явлений и процессов

2. навыками анализа различных мнений с учётом уважения к другим культурным традициям.

Иностранный язык

Цель дисциплины: подготовка обучающихся является профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения

Задачи дисциплины:

– развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;

– овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;

– уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые

для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным и этическим проблемам;

- овладеть базовыми навыками аргументации для ведения дискуссии;
- научиться аннотировать и реферировать профильную литературу;
- научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. – основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;
2. основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;
3. основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;
4. основные модели речевого поведения;
5. основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
6. сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
7. базовым набором лексики терминологической направленности;
8. базовые грамматические конструкции и формы, присущие подъязыку направления подготовки / специальности;
9. свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
10. основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
11. историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;
12. концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры.
13. методику работы с/над текстами социальной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала
14. методику работы с информационными потоками для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций

Уметь:

1. осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;
2. соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
3. работать с/над текстами профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
4. использовать навыки работы с информацией из различных источников на иностранном языке для решения общекультурных и профессионально значимых задач;
5. понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран;
6. выполнять письменные и устные переводы материалов профессионально значимой направленности с иностранного языка на русский и с русского на иностранный язык;
7. создавать и редактировать тексты основных жанров деловой речи;
8. редактировать тексты профессионального и социально значимого содержания на родном и иностранном языках
9. понимать монологическую/ диалогическую речь, в которой использованы лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций профессионального общения
10. решать стандартные коммуникативные задачи с использованием информационно-коммуникационных сетей;
11. собирать в информационно-коммуникационных сетях и интерпретировать информацию социального и профессионального характера;

12. адекватно и критически оценивать материал различных информационно-коммуникативных ресурсов;
13. дифференцировать официально-деловую и терминологическую лексику

Владеть:

1. базовым набором лексико-грамматических конструкций, характерных для коммуникативных ситуаций общекультурного и профессионального общения;
2. языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;
3. различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;
4. навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
5. навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;
6. способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения;
7. приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
8. навыками реферирования и аннотирования научной литературы;
9. информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов.
10. методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);
11. приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;
12. навыками по рецензированию и редактированию социальных, научно-популярных, научных, и публицистических работ по направлению подготовки на иностранном языке
13. навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, используя различные информационно-коммуникационные технологии;
14. приемами сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии.

Русский язык и культура речи

Цель дисциплины: сформировать активную языковую личность, владеющую навыками нормативного и стилистически целесообразного использования языковых средств, создания текстов в соответствии с заданной моделью; повысить общую культуру речи студентов; развить навыки и умения эффективной речевой коммуникации в типичных ситуациях речевого общения.

Задачи дисциплины:

- раскрыть многообразие стилистических возможностей русского языка в разных функциональных стилях (прежде всего в научной и официально деловой речи);
- дать общее представление о современном состоянии русского языка, о нормах русского языка на уровне произношения, морфологии, синтаксиса, словоупотребления, показать своеобразие современной речевой ситуации;
- расширить активный словарный запас студентов, продемонстрировать богатство русской лексики, фразеологии, познакомить с различными словарями и справочниками, отражающими взаимодействие языка и культуры;
- раскрыть приемы эффективного общения в разных коммуникативных ситуациях;
- развить способность опознавать, анализировать, сопоставлять, классифицировать языковые явления и факты с учетом их различных интерпретаций; в необходимых случаях давать комментарий к языковым явлениям; оценивать языковые явления и факты с точки зрения нормативности, соответствия сфере и ситуации общения; разграничивать варианты норм и речевые нарушения;

–научить применять полученные знания и умения в собственной речевой практике, в том числе в профессионально ориентированной сфере общения; совершенствовать нормативное и целесообразное использование языка в различных сферах и ситуациях общения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные понятия и категории культуры речи;
2. основные нормы в области устной и письменной речи;
3. единицы лингвистической системы и иерархию их отношений;
4. правила употребления единиц, относящихся ко всем языковым уровням: фонетическому, лексическому, грамматическому;
5. вербальные и невербальные средства взаимодействия;
6. средства создания текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
7. речевой этикет;
8. различные виды речевой деятельности
9. основные модели речевого поведения;
10. основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
11. сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
12. типы текстов, их характеристики
13. методiku поиска в информационно-коммуникационных сетях информации социальной и профессиональной направленности.
14. источники лингвистической информации и методы ее самостоятельного поиска и обработки

Уметь:

1. реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении;
2. формулировать цели и задачи межличностного и межкультурного взаимодействия, а также выбирать эффективные речевые способы решения таких задач;
3. осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах;
4. анализировать вербальные и невербальные компоненты общения;
5. логически и грамматически верно строить высказывание
6. использовать стилистические возможности русского языка;
7. продуцировать тексты в устной и письменной форме;
8. анализировать и критически оценивать тексты;
9. находить языковые ошибки и выбирать способы их устранения;
10. определять возможности повышения собственного уровня речевой культуры
11. решать стандартные коммуникативные задачи с использованием информационно-коммуникационных сетей;
12. критически оценивать материал различных информационно-коммуникативных ресурсов;
13. собирать в информационно-коммуникационных сетях и адекватно интерпретировать информацию социального и профессионального характера

Владеть:

1. навыками эффективного общения с использованием вербальных и невербальных средств;
2. навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
3. приемами создания устных и письменных текстов различных жанров и разной стилистической направленности;
4. приемами отбора языковых средств в соответствии с системой норм русского литературного языка, а также с учетом коммуникативных целей и задач;

5. навыками работы со словарями
6. навыками работы с устной и письменной информацией лингвистической и общепрофессиональной направленности;
7. навыками коммуникации в различных ситуациях общения, обеспечивающими эффективность социальных и профессиональных контактов;
8. приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения
9. приемами сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии;
10. навыками реферирования и аннотирования социальной и профессиональной информации;
11. навыками создания и редактирования текстов основных жанров деловой речи.

Безопасность жизнедеятельности

Цель дисциплины: формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются как приоритетные, особенно ярко выраженные при чрезвычайных ситуациях, их воздействии на человека и среду обитания, готовности и способности специалиста использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

–Изучить характер чрезвычайных ситуаций и их последствия для жизнедеятельности.

–Овладеть правовыми основами безопасности жизнедеятельности при возникновении чрезвычайных ситуаций.

–Подготовить студентов к осознанным действиям в чрезвычайных ситуациях, научить грамотно применять способы защиты жизни и здоровья в сложившейся критической обстановке.

– Сформировать навыки оказания первой помощи населению при ликвидации последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а также при массовых эпидемиях.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. теоретические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности;
2. негативные воздействия ЧС на человека и среду его обитания
3. методику выявления потенциально опасных проблем чрезвычайного характера;
4. основы защиты населения;
5. способы и средства защиты населения в ЧС и военных конфликтах.
6. основы первой помощи в ЧС и военных конфликтах

Уметь:

1. определять характер ЧС и их поражающие факторы
2. при возникновении ЧС действует в соответствии с имеющимися знаниями, опытом, инструкциями и рекомендациями;
3. ориентироваться и принимать решения в нестандартных ситуациях;
4. создавать безопасные условия для жизни и профессиональной деятельности
5. оказывать первую помощь при массовых поражениях населения и возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий

Владеть:

1. законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды;
2. понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности
3. навыками по применению основных методов защиты в условиях ЧС и военных конфликтов.
4. методами и способами оказания первой помощи при ЧС.

Основы российского права

Цель дисциплины: формирование у обучающихся способности, как познавательного-аналитического, так и практического использования в различных сферах деятельности знаний об основных принципах, отраслях и институтах современного российского права.

Задачи дисциплины:

- понимать специфику и основные свойства права как социального регулятора в современном обществе;
- приобретение навыков правового анализа проблем и процессов;
- приобретение основных знаний о важнейших правовых отраслях и институтах современного российского права;
- формирование навыков осуществления деятельности с учетом требований норм права;
- формирование основ правовой культуры и понимания гуманистической ценности права для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;
- приобретение знаний о правах и обязанностях человека и гражданина;
- уметь ориентироваться в системе источников права и находить нужную правовую информацию;
- применять оптимальные правовые способы решения задач в различных сферах своей деятельности;
- формирование нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и навыков противодействия им в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. специфику и основные свойства права как социального регулятора в современном обществе;
2. характеристику и специфику основных отраслей и институтов российского права;
3. права и обязанности человека и гражданина РФ;
4. сущность понятий экстремизма, терроризма, коррупционного поведения;
5. основные источники права, содержащее нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;
6. основные юридические процедуры реализации правовых норм, в том числе о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

Уметь:

1. ориентироваться в системе источников права и находить нужную правовую информацию;
2. осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований правовых норм;
3. выявлять признаки экстремизма, терроризма, коррупционного поведения;
4. толковать содержание норм о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

5. определять необходимые в конкретных случаях юридические процедуры реализации правовых норм, в том числе о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению

Владеть:

1. навыками правового анализа проблем и процессов для определения круга задач и оптимальных способов их решения;

2. основами правовой культуры и понимания гуманистической ценности права для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;

3. навыками применения оптимальных правовых способов решения задач в различных сферах своей деятельности.

4. навыками определения взаимосвязей экстремизма, терроризма, коррупционного поведения с социальными, экономическими, политическими и иными условиями;

5. находить соответствующие конкретным ситуациям правовые нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

6. навыками соблюдения правовых норм о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению.

Философия

Цель дисциплины: формирование способности понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы.

Задачи дисциплины:

– овладение базовыми представлениями о ключевых проблемах и основных исторических типах европейской философии;

– освоение навыков самостоятельного анализа соответствующих первоисточников;

– исследование различных социальных явлений с точки зрения их философского смысла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. общенаучные и специальные методы проведения современного

2. научного исследования.

3. содержание современных дискуссий по различным философским проблемам

4. особенности восприятия социальных и культурных различий, специфику и природу толерантности

Уметь:

1. анализировать классические и современные философские тексты, понимать и интерпретировать научную информацию.

2. систематически излагать и отстаивать мировоззренческие, социально и личностно значимые положения

3. применять знания специфики межкультурного разнообразия общества в процессе профессионального и личностного общения

Владеть:

1. навыками применения необходимых методов научного исследования при решении профессиональных задач

2. навыками аргументации собственных суждений и выводов с опорой на философский понятийный аппарат

3. коммуникативными навыками в условиях межкультурного разнообразия социума.

Экономика

Цель дисциплины: сформировать у студентов представление об экономическом образе мышления, о предмете и методологии экономической теории и её месте в системе

наук, познакомить их с общетеоретическими основами хозяйствования, научить ориентироваться в меняющихся экономических условиях.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные направления развития экономической мысли, современные экономические теории, эволюцию представлений о предмете экономики;
- дать представление о задачах, функциях и методах экономической науки;
- раскрыть сущность и типы общественного воспроизводства, предпосылки компромиссного экономического выбора;
- изложить основы и закономерности функционирования экономических систем;
- познакомить студентов с понятийно-категориальным аппаратом экономической науки и инструментами экономического анализа;
- сформировать у студентов знания о сущности и механизмах функционирования рынка, об основных организационно-правовых формах предпринимательской деятельности и методах оценки результатов деятельности фирмы;
- дать четкое представление об основных макроэкономических показателях, инструментах государственной фискальной и денежно-кредитной политики;
- сформировать целостное представление об основных тенденциях развития экономики России на современном этапе;
- повысить финансовую грамотность будущего специалиста

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. механизм достижения цели проектов с учетом имеющихся ресурсов и хозяйственных ограничений
2. основные экономические категории и понятия;
3. сущность и формы организации хозяйственной деятельности
4. основные категории, связанные с принятием решений в сфере личных финансов

Уметь:

1. проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ её решения, исходя из имеющихся ресурсных ограничений;
2. применять экономические подходы при исследовании хозяйственных процессов
3. ориентироваться в системе показателей результатов хозяйственной деятельности на макро- и микроуровнях
4. выбирать обоснованные решения в сфере личных финансов

Владеть:

1. экономическими методами управления хозяйственными проектами на всех этапах жизненного цикла
2. методами теоретического исследования экономических явлений и процессов, навыками проведения экономического анализа
3. современными технологиями в сфере личных финансов

Менеджмент

Цель дисциплины: формирование у студентов необходимого объема компетенций, требуемых для реализации организаторских и управленческих способностей, позволяющих ускорить их профессиональную адаптацию к деятельности в современных организациях и эффективного взаимодействия с коллективом в рамках актуального правового поля с соблюдением норм профессиональной и общечеловеческой этики, и с учетом последних достижений и передового опыта в области менеджмента.

Задачи дисциплины:

– ознакомить студентов с истоками формирования управленческих идей и взглядов и их дальнейшей эволюцией в разные исторические периоды в различных странах, а также связью современного состояния управленческой мысли с прошлым;

– рассмотреть основные аспекты современного менеджмента и дать представление об интегрированном подходе к решению концептуальных вопросов теории управления и менеджмента, и практики менеджмента в организациях различных форм собственности.

– ознакомить студентов с внедрением новых принципов и методов эффективного менеджмента и координации деятельности коллективов людей в современных организациях;

– ознакомить студентов с внедрением новых принципов и методов управления коллективами людей во имя достижения высоких социально-экономических результатов.

– рассмотреть научно-практические подходы к управлению и образцы современного управления, доминирующие в той или иной социально-культурной среде, исходя из принципов цивилизованных рыночных отношений

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определять свою роль в команде;

2. особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности;

3. возможности применения своих ресурсов и их пределов (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы;

4. понимать важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда

Уметь:

1. предвидеть результаты (последствия) личных действий и планировать последовательность шагов для достижения заданного результата;

2. реализовать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;

3. использовать предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков

Владеть:

1. методами эффективного взаимодействия с другими членами команды, в том числе участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды;

2. оценкой эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата

Социальная конфликтология в сервисе

Цель дисциплины: формирование конфликтной компетентности по конструктивному разрешению конфликтов и эффективному поведению в конфликтных ситуациях.

Задачи дисциплины:

ознакомить студентов:

- с сущностью конфликта;

- с характеристиками конфликтной ситуации, динамики конфликта,

- с основными теориями конфликта, причинами и механизмами конфликта,

- с динамикой и стадиями протекания конфликта,

- со способами его разрешения и стратегиями поведения в конфликтной ситуации.

сформировать у студентов:

- базовые научные психологические понятия по психологии конфликта;

- знания о природе и функциях конфликта, а также механизмах конфликтного взаимодействия;

- представления об основных способах предотвращения и управления конфликтами;

научить студентов:

- анализировать конфликтную ситуацию;

- определять возможные психологические причины конфликтной ситуации;

- оценивать эффективность поведения участников конфликта с точки зрения

– конструктивного разрешения конфликта;

-- прогнозировать возможные варианты конструктивного выхода из конфликтной ситуации;

-- предотвращать конфликты и управлять конфликтами.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы коллективной психологии; особенностей и закономерности групповой работы, развития коллектива

2. процессы групповой динамики и принципы формирования команды; особенности проявления темперамента и характера личности в деловых коммуникациях, психологические приемы влияния на партнера и способы защиты от манипуляций в деловых коммуникациях

3. основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач

Уметь:

1. учитывать психологические аспекты коммуникативного процесса и конфликтного поведения

2. распознавать стереотипы при восприятии партнера в коммуникации; использовать психологические приемы влияния на партнера в процессе коммуникации

3. критически оценивать личностные достоинства и недостатки; использовать личностные преимущества в учебной и профессиональной деятельности; стремиться к саморазвитию и самообразованию

Владеть:

1. навыками учета психологических факторов, влияющих на процесс деловых коммуникаций;

2. применения методов и техник аргументирования и приемов влияния на партнера в процессе делового общения

3. приемами и техниками саморегуляции, самоорганизации и самоуправления, критического оценивания личных достоинств и недостатков

Экономика впечатлений

Цель дисциплины: формирование базы теоретико-практических знаний для принятия научно-обоснованных решений, обеспечивающих развитие креативных индустрий. В процессе изучения дисциплины у будущих специалистов формируется представление об основных составляющих процесса экономики впечатлений; приобретает комплекс знаний о креативных индустриях, что составляет основу экономики впечатлений.

Задачи дисциплины:

– привить навыки работы с категориями и терминами, используемыми в рамках экономики впечатлений;

– изучить основные инструменты создания эффектов впечатлений и ощущений у потребителей креативных индустрий;

— сформировать практические навыки исследования экономических процессов с учетом экономики впечатлений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные категории и составляющих экономического процесса креативных индустрий
2. тенденции и перспективы развития сервиса креативных индустрий на федеральном, региональном и локальном уровнях, методики социально-экономических исследований деятельности
3. основы обеспечительных мер сервисной составляющей в креативных индустриях

Уметь:

1. проводить социально-экономические исследования сферы сервиса креативных индустрий
2. использовать методы изучения потребностей, прогнозировать изменения в спросе, анализировать основные факторы развития
3. определять оптимальные параметры и инструментарий экономики впечатлений в части обеспечения деятельности предприятий

Владеть:

1. аппаратом оценки показателей предприятия сервиса; новыми методами планирования, прогнозирования с целью обеспечения эффективной деятельности предприятия;
2. современными методами исследований, методами анализа и прогнозирования, количественными и качественными методами, подходами к экономически обоснованным управленческим решениям
3. навыками оценки эффективности сервисной деятельности предприятий креативной экономики и экономики впечатлений.

Сервисная деятельность

Цель дисциплины: получение комплексного представления о задачах, направлениях и методах сервисной деятельности, знакомство с современным рынком услуг; освоение комплекса знаний, умений и навыков в сервисной деятельности, изучение основных и перспективных направлений сервисной деятельности.

Задачи дисциплины:

- систематизация и углубление базовых знаний о понятии сервисной деятельности;
- формирование представлений об обслуживании как сервисной системе;
- повышение уровня знания теории и практики сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических особенностей обслуживания;
- формирование новых технологий в сфере услуг.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. исторические предпосылки развития сервиса, современные виды сервисной деятельности, принципы классификации услуг и характеристики, теорию организации обслуживания
2. системный подход в основе исследования сервисной деятельности, интегрированной с системой: экономика, государство, общество, культуры
3. основы рыночной экономики и менеджмента, специфику их применения в сфере сервиса
4. организационные основы и технологии реализации сервисной деятельности

Уметь:

1. провести исследование сервиса как составная часть экономики, государства, общества, культуры
2. ценить взаимоотношения в сервисном взаимодействии как «контактной зоне» и улучшить технологии в обслуживании

3. обосновать технологии реализации сервисной деятельности, качество, безопасность, культура
4. провести анализ современного состояния сервисной деятельности в российской практике

Владеть:

1. терминологией и основными понятиями сервисной деятельности, подходами к классификации сервиса в основе научного анализа;
2. методами исследования сервисной деятельности как составная часть экономики, государства, общества, культуры
3. подходом к исследованию взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности и предложению разрешения конфликтных ситуаций
4. умением обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов.

Технологии организации сервисной деятельности

Цель дисциплины: формирование у студентов мышления, базирующегося на знании основ сервисной деятельности для осуществления их профессиональной деятельности на рынках креативных индустрий, связанных с услугами, на основании получения необходимых теоретических знаний и формирования практических навыков в области сервиса.

Задачи дисциплины:

- выявление исторических этапов развития услуг и сервисной деятельности в разных странах мира;
- определение сущностного характера сервисной деятельности и ее место в структуре общественной практики;
- изучение терминологии и освоение базовых основ сервисной деятельности;
- ознакомление с теорией и практикой сервиса обслуживания;
- освоение содержания сервисной деятельности и сущности сервиса обслуживания клиентов;
- ознакомление будущих специалистов с разными видами сервисной деятельности и культурой сервиса;
- овладение студентами организационными подходами, методами и правилами организации и управления сервисом в сфере малого и среднего бизнеса;
- изучение ассортимента и качества услуг сервиса, и их особенностей;
- рассмотрение взаимоотношений специалистов по сервису и потребителей в процессе осуществления сервисной деятельности с учетом национальных, региональных, этических, демографических, природно-климатических особенностей обслуживания

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. особенности организации сервисной деятельности
2. роль и предпосылки развития сервисной деятельности. Сервисная деятельность и удовлетворение потребностей человека. Услуга как специфический продукт сервисной деятельности
3. основы инновационной теории
4. основные информационные продукты для сервисной деятельности

Уметь:

1. использовать знания для организации сервисной деятельности
 2. определять роль и предпосылки развития сервисной деятельности.
- Анализировать функции сферы услуг. Определять роль сервисной деятельности в удовлетворении потребностей человека

3. использовать организационно-управленческие инновации, связанные с новыми формами управления, видами услуг, более эффективными формами обслуживания сервиса

4. применять знания в области систематизации процедур сервисной деятельности

Владеть:

1. навыками применения знаний организации деятельности в области сервисной деятельности

2. методами определения роли и предпосылок развития сервисной деятельности. Методами анализа функции сферы услуг. Методами анализа развития услуг и сервисной деятельности в российском обществе

3. навыками разработки инновационных форм управления

4. навыками применения информационных технологий в сфере сервиса

Психология креативного мышления и креативная реклама

Цель дисциплины: формирование у студентов целостной системы профессиональных компетенций и практических навыков по выработке креативного мышления в процессе создания коммуникативного продукта в профессиональной сфере сервисного обеспечения креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

– формирование у студентов представлений о сущности креативного мышления, его структуре и формах проявления;

– рассмотрение сущности, содержания и особенностей реализации креативного мышления в индустрии сервиса;

– проанализировать основные психологические механизмы восприятия современной рекламы массовым сознанием потребителей;

– развить творческие способности при создании современной рекламы в сфере сервисного обеспечения креативных индустрий;

– изучение специфики и технологии реализации креативности при создании рекламы в сервисном обеспечении туристического бизнеса

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. содержание основных методов и способов реализации креативного мышления в сфере современных креативных индустрий

2. содержание основных психологических приемов рекламного продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий

3. основные способы формирования специализированных рекламных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий

Уметь:

1. пользоваться основными методами и способами создания креативной современной рекламы, учитывающей мотивацию потребителей и конкурентов в сфере современных креативных индустрий

2. пользоваться основными психологическими приемами организации продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий в рамках проведения коммуникативной кампании современных креативных индустрий

3. формировать основные специализированные рекламные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий

Владеть:

1. психологической методикой использования креативности в создании современной рекламы, учитывающей мотивацию потребителей и конкурентов в сфере современных креативных индустрий
2. основными психологическими приемами продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий в рамках проведения коммуникативной кампании современных креативных индустрий
3. технологиями формирования основных специализированных рекламных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий

Информационные технологии сервиса креативных индустрий

Цель дисциплины: изучение актуальных вопросов состояния, проблем и тенденций развития информационных технологий в сфере сервиса креативных индустрий и практических аспектов использования в этой сфере специализированных профессиональных прикладных программ.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных информационных технологиях, способах и методах работы с ними по хранению и поиску информации различного типа;
- дать представление об использовании информационных технологий в управлении сервисом креативных индустрий и формировании соответствующего продукта;
- научить проводить обоснованный выбор и адаптацию автоматизированных информационных технологий и систем, используемых в сфере сервиса (из числа типовых и специализированных программных продуктов);
- научить применению информационных технологий для создания и реализации сервисного продукта;
- развить навыки использования методов и средств информационных технологий, а также навыки работы с системами бронирования и создания сервисного продукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. исторические предпосылки развития сервиса, современные виды сервисной деятельности, принципы классификации услуг и характеристики, теорию организации обслуживания
2. потребности в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса

Уметь:

1. выбирать бизнес-модели для решения конкретных профессиональных задач
2. осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную сервисную деятельность

Владеть:

1. навыками применения цифровых бизнес-технологий для решения профессиональных задач
2. основными программными продуктами для сферы сервиса

Организация коммуникативной кампании современных креативных индустрий

Цель дисциплины: формирование у студентов целостной системы профессиональных компетенций и практических навыков по организации и проведению коммуникативной кампаний в сфере современных креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

- изучение базовых аспектов коммуникации в сфере современных креативных индустрий;

- рассмотрение сущности, содержания и особенностей проведения коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий;
- освоение практических навыков копирайтинга и арт-дирекшена;
- формирование комплексного представления о коммуникативных кампаниях в сфере современных креативных индустрий;
- выработка умения организовывать коммуникативные кампании в сфере современных креативных индустрий и просчитывать их эффективность

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные цели и задачи по организации коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий;
2. содержание основных методов и способов осуществления маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов в сфере современных креативных индустрий;
3. содержание основных инструментов организации продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий;
4. основные способы формирования специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий

Уметь:

1. устанавливать приоритеты при организации коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий, выстраивая на этой основе планы их достижения;
2. пользоваться основными методами и способами осуществления маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов в сфере современных креативных индустрий;
3. пользоваться основными инструментами организации продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий в рамках проведения коммуникативной кампании современных креативных индустрий;
4. формировать основные специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий

Владеть:

1. методами определения взаимосвязи между целью и задачами организации коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий;
2. методикой использования основных методов и способов осуществления маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов в сфере современных креативных индустрий; основными технологиями организации продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий в рамках проведения коммуникативной кампании современных креативных индустрий;
3. технологиями формирования основных специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании в сфере современных креативных индустрий

Сервис музейных пространств

Цель дисциплины: сформировать представление о современном этапе управления культурой и развитии музейного менеджмента в мире, подготовить к разработке и внедрению стратегий управления музеями и музейными проектами, обучить формированию системы музейного (социального) маркетинга и овладения современными технологиями его применения в музейной деятельности, способствовать формированию лидерских качеств студентов.

Задачи дисциплины:

– проследить эволюцию менеджмента в музейном деле, особенности различных управленческих школ;

– изучить программно-целевой метод управления культурой России и особенности музейного менеджмента в российских условиях;

– дать представление о процессе стратегического управления музеями, особенностях и инструментах антикризисного, инновационного и проектного управления в музейной сфере;

– дать понимание особенностей построения системы социального маркетинга в музее, и представить ведущие маркетинговые технологии;

– познакомить слушателей с основополагающими трудами и опытом внедрения технологий музейного менеджмента

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

2. современные информационные технологии для решения поставленных задач;

современные информационные технологии для решения поставленных задач

Уметь:

1. применять знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода;

2. применять современные информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности;

3. применять современные информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности

Владеть:

1. навыками применения знания основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода;

2. навыками применения современных информационных технологий при решении задач профессиональной деятельности;

3. навыками применения современных информационных технологий при решении задач профессиональной деятельности.

Документационное обеспечение сервиса креативных индустрий

Цель дисциплины: формирование компетенций в области организации документооборота компаний креативных индустрий, необходимых для их деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение основных нормативно-правовых и методических документов в сфере российской и международной систем документационного обеспечения управления в креативных индустриях;

- обретение знаний по вопросам формальностей и практических навыков по работе с соответствующей документацией, обеспечивающей деятельность;

- обучение студентов правилам и нормам, которые должны выполняться представителями и потребителями креативных индустрий, всеми другими организациями, имеющие отношение к подготовке и проведению мероприятия, события.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы и принципы ведения аналитической деятельности

2. нормативно-правовую документацию для деятельности в сфере сервиса креативных индустрий
3. концептуальные основы документооборота на предприятии, а также основные понятия документооборота

Уметь:

1. проводить анализ имеющихся в распоряжении ресурсов
2. применять нормативно-правовую документацию при организации деятельности
3. использовать международные и отечественные стандарты, нормативно-правовые акты при решении задач, связанных с документооборотом

Владеть:

1. методами нахождения в рамках профессиональной деятельности оптимальных способов решения, поставленных задач на основе проведенного анализа
2. навыками обоснованного применения необходимой нормативно-правовой документации для деятельности в профессиональной области
3. инструментами ведения делопроизводства и документооборота при организации обслуживания.

Стандартизация и управление качеством услуг

Цель дисциплины: формирование теоретических знаний и развитие практических навыков по осуществлению мероприятий анализа, оценки, разработки, внедрению и аудиту производственных процессов, бизнес-процессов и регламентов на уровне структурных подразделений предприятия по критериям, стандартам и требованиям систем менеджмента качества для решения целей и задач профессиональной деятельности специалиста сферы сервиса в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

- уяснение сущности понятия «качество» и эволюции взглядов на него в условиях сервиса креативных индустрий;
- изучение показателей и параметров качества, понятий стандартизации и унификации;
- исследование методов и способов управления качеством продукции на современных предприятиях;
- получение знаний и приобретение навыков по осуществлению мероприятий анализа, оценки, разработки, внедрению и аудиту производственных процессов. Бизнес-процессов и регламентов на уровне производственных (структурных) подразделений предприятия по критериям, стандартам и требованиям систем менеджмента качества;
- формирование целостной картины и выработка навыков по осуществлению управления производственными процессами и бизнес-процессами на основе систем менеджмента качества на предприятии для решения целей и задач профессиональной деятельности специалиста сферы сервиса в креативных индустриях.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. теоретические основы и понятийный аппарат дисциплины;
2. основы стратегирования в туризме и гостиничной сфере методические и методологические подходы управления в креативных индустриях
3. теоретические основы управления проектами в креативных индустриях теоретические основы управления качеством в креативных индустриях;
4. системы управления качеством в сервисе

Уметь:

1. составлять методику проведения анализа бизнес-процессов в индустрии сервиса

2. составлять методику, определять технологии управления проектами в креативных индустриях
3. разрабатывать и предлагать технологии внедрения систем управления качеством на предприятиях сервиса креативных индустрий
4. проводить оценку качества в соответствии с национальными и международными стандартами

Владеть:

1. навыками использования нормативных документов по качеству
2. навыками составления и использования ситуационных скриптов общения с потребителями продукта креативных индустрий;
3. навыками учета и систематизации требований потребителей продукта креативных индустрий
4. навыками организации и проведения социально-экономических исследований в сфере сервиса;
5. навыками использования инструментов сервиса креативных индустрий
6. навыками предложения мероприятий по совершенствованию качества оказываемых услуг

Методы научных исследований

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки научного мышления, передать знания о методах ведения и способах оформления результатов научных исследований.

Задачи дисциплины:

- - ознакомление с историей развития научного познания, развитием эмпирического и теоретического типов научного мышления;
- освоение методики планирования и проведения научного исследования;
- практическая реализация полученных знаний посредством оформления результатов научно-исследовательской работы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
2. критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
3. современные информационные технологии для решения поставленных задач

Уметь:

1. применять знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода
2. применять знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода
3. применять современные информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности

Владеть:

1. навыками применения знания основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода
2. навыками применения основных теоретических положений и методов политической науки к сфере профессиональной деятельности, анализирует современные политические тенденции, формирует и отстаивает собственную позицию по проблемам российских и мировых политических

3. навыками применения современные информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности

Управление рисками креативных индустрий

Цель дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний, связанных с современной теорией рисков; обучение практическим процедурам оценки рисков и методам управления ими, а также умению формировать инвестиционные стратегии с учетом степени риска.

Задачи дисциплины:

- дать представление о природе и роли рисков в сервисе креативных индустрий;
- охарактеризовать основные виды рисков креативных индустрий;
- изучить виды и особенности предпринимательского риска;
- отразить методы оценки рисков;
- ознакомить с концепцией минимизации рисков в процессе предпринимательской деятельности на предприятиях креативной индустрии;
- изучить методы управления рисками.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. содержание управления в системе риск-менеджмента; методы исследований в сфере управления рисками
2. содержание, стратегии и приемы управления рисками в предпринимательской деятельности
3. механизм функционирования подсистемы риск-менеджмента в системе управления

Уметь:

1. использовать информацию, полученную в результате стратегического анализа в сфере управления рисками
2. представлять содержание, стратегии и приемы управления рисками в предпринимательской деятельности
3. оценивать механизм функционирования подсистемы риск-менеджмента в системе управления сервисом креативных индустрий

Владеть:

1. методами разработки стратегического анализа в сфере управления рисками, направленные на обеспечение конкурентоспособности
2. способностью представлять содержание, стратегии и приемы управления рисками в предпринимательской деятельности
3. навыками оценки механизма функционирования подсистемы риск-менеджмента в системе управления

Управление креативными индустриями (по отраслям)

Цель дисциплины: компетенции обучающегося в области менеджмента одной из быстрорастущих сфер бизнеса – креативной индустрии, сочетающей признаки инновационной, производственной и сервисной деятельности.

Задачи дисциплины:

- показать теоретические положения классификации видов деятельности
- развить представления о динамике массовой и индивидуализированной кастомизации
- раскрыть особенности условий формирования конкурентоспособности предприятий креативных индустрий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. принципы управления операционной деятельностью в малом и среднем бизнесе
2. методы позиционирования предприятий в стратегической конкурентной группе
3. основные функции и механизмы менеджмента креативной индустрии

Уметь:

1. адаптировать положения теории менеджмента, организации, инноваций к особенностям предметной области креативных индустрий
2. разрабатывать алгоритм выбора конкретной подсистемы вида деятельности как объекта управления на основе внешней и внутренней информации
3. применять полученные знания и навыки в будущей профессиональной деятельности

Владеть:

1. навыками управления конкурентоспособностью предприятий креативных индустрий
2. навыками установления тенденций спроса через ресурсы цифровой экономики
3. навыками анализа состояния, проблем и тенденций развития творческой индустрии

Креативные пространства и кластеры

Цель дисциплины: познакомить с особенностями организации сервисного сопровождения различных видов креативных пространств и креативных кластеров в соответствии с действующими нормативно-правовыми документами, а также имеющимися практиками.

Задачи дисциплины:

- показать особенности сервиса креативных пространств и кластеров
- развить представления о специфике работы каждого вида креативных индустрий
- раскрыть особенности условий формирования конкурентоспособности предприятий креативных индустрий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. принципы управления операционной деятельностью в малом и среднем бизнесе
2. методы позиционирования предприятий в стратегической конкурентной группе
3. основные функции и механизмы менеджмента креативной индустрии

Уметь:

1. адаптировать положения теории менеджмента, организации, инноваций к особенностям предметной области креативных индустрий
2. разрабатывать алгоритм выбора конкретной подсистемы вида деятельности как объекта управления на основе внешней и внутренней информации
3. применять полученные знания и навыки в будущей профессиональной деятельности

Владеть:

1. управления конкурентоспособностью предприятий креативных индустрий
2. навыками установления тенденций спроса через ресурсы цифровой экономики
3. анализа состояния, проблем и тенденций развития творческой индустрии

Организация работы HR отдела

Цель дисциплины: приобретение студентами навыков понимания кадровой системы в организациях туристской индустрии, сформировать представление о возможном регулировании кадровых ресурсов в организации.

Задачи дисциплины:

-- Изучение сущности кадрового сектора в организации в целом и туристской организации;

–Изучение правового регулирования управления персоналом в организации;

–Рассмотрение вопросов в области возможного совершенствования кадровых ресурсов как источника предоставления качественной туристской услуги.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. актуальные требования рынка труда в сфере сервиса
2. особенности собственного организма для успешного соблюдения здорового образа жизни
3. особенности функционирования рынка кадров и труда
4. методы обучения персонала с применением дистанционных технологий
5. особенности собственного организма для успешного соблюдения здорового образа жизни
6. состав материально-технических ресурсов, необходимых для повышения квалификации персонала

Уметь:

1. выстраивать траекторию в профессиональные роста
2. пользоваться здоровые сберегающими технологиями и внедрять их распространение среди окружающих людей
3. оценивать качество и результативность труда персонала предприятия сервисной индустрии
4. использовать дистанционные технологии для совершенствования навыков персонала
5. пользоваться здоровые сберегающими технологиями и внедрять их распространение среди окружающих людей
6. проводить анализ материально-технических ресурсов, необходимых для организации повышения квалификации персонала предприятий сферы сервиса
7. пользоваться здоровые сберегающими технологиями и внедрять их распространение среди окружающих людей

Владеть:

1. навыками определения собственного потенциала для успешной реализации собственной карьерной деятельности
2. навыками совершенствования собственной деятельности в любой сфере жизни
3. навыками конструктивной критики для эффективной корректировки работы персонала туристской организации
4. навыками креативного мышления для реализации интересных проектов в рамках повышения квалификации персонала
5. навыками совершенствования собственной деятельности в любой сфере жизни
6. навыком проведения переговорного процесса для достижения наиболее эффективного результата в области обучения персонала
7. навыками совершенствования собственной деятельности в любой сфере жизни.

Форсайт в креативных индустриях

Цель дисциплины: формирование профессиональной культуры применения Форсайт-технологий, освоение студентами теоретических знаний, приобретение умений и навыков в области подготовки и проведения Форсайт-исследований, создание у обучающихся целостной системы знаний, умений и навыков по анализу потребностей, формирования и оценке качества применения технологии Форсайт для разработки и реализации долгосрочных стратегий развития в сервисе креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

- освоение теории, методологии и технологии Форсайта;
- разработка и реализация мероприятий по формированию целостности взглядов на вопросы организации и проведения Форсайт-исследований;
- организация и осуществление Форсайт-исследований;
- применение разнообразных методов при проведении Форсайт-исследований;
- оценка условий, возможности и целесообразности проведения Форсайта в различных условиях;
- анализ научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта по организации и проведению Форсайта;
- развитие практических навыков по применению методологии Форсайт для решения задач сервиса креативных индустрий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. особенности выстраивания взаимоотношений с потребителями и заинтересованными сторонами на основе прогнозов ситуаций
2. особенности трансформации сервисных процедур
3. основы маркетинговых исследований рынка сервиса

Уметь:

1. обрабатывать получаемую информацию развития событий в перспективах краткосрочного и долгосрочного характера
2. применять новации в сфере сервиса и прогнозировать перспективность их использования
3. проводить оценку информации с целью выявления перспективных направлений развития

Владеть:

1. навыками применения инструментов Форсайта для выработки решений относительно будущего туристских проектов для потребителей и партнеров
2. навыками Форсайта для оценки перспектив сервиса креативных индустрий
3. навыками применения маркетинговых инструментов с целью их Форсайт оценки

Учет и оборот интеллектуальных прав в креативных индустриях

Цель дисциплины: подготовка специалистов, способных самостоятельно применять положения гражданского законодательства об интеллектуальных правах, оценивать закономерности судебной практики, анализировать содержание новых правовых актов, а также изучить теоретические предпосылки развития право интеллектуальной собственности РФ и зарубежных странах.

Задачи дисциплины:

- получение знаний о видах прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, объектах и субъектах прав, понятии и видах гражданско-правовых договоров, направленных на передачу исключительных прав, способах защиты личных неимущественных прав автора и исключительных прав, мерах ответственности в случае нарушения этих прав.

- формирование навыков дискутирования, отстаивания своей позиции, умения выражать свои мысли, обосновывать свои аргументы на практических занятиях и диспутах;

- формирование навыков анализа, обнаружения и сопоставления важнейших теорий в сфере интеллектуальных прав,

-- владения навыками применения методологии правовой науки в области интеллектуальных прав.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. различные источники информации, информационные ресурсы и технологии в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав

2. законодательство в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав

3. нормативные правовые акты в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав

Уметь:

1. применять основные методы, способы и средства получения, хранения, поиска, систематизации, обработки и передачи информации в сфере интеллектуальных прав

2. принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав

3. квалифицированно применять нормативные правовые акты в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав

Владеть:

1. способностью работать с различными источниками информации, информационными ресурсами и технологиями, применять основные методы, способы и средства получения, хранения, поиска, систематизации, обработки и передачи информации в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав

2. способностью принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав

3. способностью квалифицированно применять нормативные правовые акты в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав, реализовывать нормы материального и процессуального права в профессиональной деятельности в сфере охраны и осуществления интеллектуальных прав.

Креативные коммуникативные технологии в социально-культурной деятельности

Цель дисциплины: формирование у студентов целостной системы профессиональных компетенций и практических навыков по применению коммуникативных технологий управления социально-культурной деятельностью.

Задачи дисциплины:

-- теоретическое и практическое совершенствование студента в области постановки и решения профессиональных задач в рамках проведения коммуникативных проектов в сфере социально-культурного сервиса и туризма;

-- развитие навыков применения коммуникативных технологий в рамках организаций коммуникативных кампаний в сфере социально-культурного сервиса и туризма;

-- приобретение студентами умений и навыков в применении коммуникативных технологий в процессе стратегического планирования в сфере консалтинга в социально-культурной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. содержание и алгоритм реализации основных коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности для повышения личностного развития и профессионального роста по выбранному направлению образовательной подготовки
2. содержание основных методов и способов осуществления маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов при определении актуальных коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности
3. содержание основных инструментов организации продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью креативных онлайн и интернет-технологий в социально-культурной деятельности
4. основные способы формирования специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании с использованием креативных коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности

Уметь:

1. устанавливать приоритеты при осуществлении алгоритма применения коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности для повышения личностного развития и профессионального роста по выбранному направлению образовательной подготовки
2. пользоваться основными методами и способами осуществления маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов для оптимального подбора актуальных коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности
3. пользоваться основными инструментами организации продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью креативных онлайн и интернет-технологий в социально-культурной деятельности
4. формировать основные специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании с использованием креативных коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности

Владеть:

1. различными способами применения коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности в своей будущей профессиональной сфере для повышения личностного развития и профессионального роста по выбранному направлению образовательной подготовки
2. методикой использования основных методов и способов осуществления маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов для оптимального подбора актуальных коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности
3. основными технологиями организации продвижения и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью креативных онлайн и интернет-технологий в социально-культурной деятельности
4. технологиями формирования основных специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг при проведении коммуникативной кампании с использованием креативных коммуникативных технологий в социально-культурной деятельности.

Второй иностранный язык

Цель дисциплины: профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на

вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения.

Задачи дисциплины:

–развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;

–овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;

–уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным и этическим проблемам;

–овладеть базовыми навыками аргументации для ведения дискуссии;

–научиться аннотировать и реферировать профильную литературу;

– научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;

–овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;

2. основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;

3. основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;

4. основные модели речевого поведения;

5. основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;

6. сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;

7. базовым набором лексики терминологической направленности;

8. базовые грамматические конструкции и формы, присущие подязыку направления подготовки / специальности;

9. свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы профессиональной коммуникации;

10. основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;

11. историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;

12. концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры

Уметь:

1. реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;

2. осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;

3. соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;

4. работать с/над текстами профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;

5. понимать монологическую/ диалогическую речь, в которой использованы лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций профессионального общения

Владеть:

1. базовым набором лексико-грамматических конструкций, характерных для коммуникативных ситуаций общекультурного и профессионального общения;

2. языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;
3. различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;
4. навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
5. навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;
6. способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения;
7. приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
8. навыками реферирования и аннотирования научной литературы;
9. информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов.

Сервис креативных пространств и выставок

Цель дисциплины: знакомство студентов и овладение ими навыками планирования и организации сервиса в выставочном деле.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомить студентов с новейшими технологиями выставочного дела, с мировым и отечественным опытом.
2. Изучить опыт региональных центров ярмарочно-выставочного дела, провести информационно-справочную систематизацию материалов работы выставочных центров.
3. Овладеть навыками планирования выставочных экспозиций.
4. Изучить комплекс услуг по организации и проведению выставок, включая создание художественного проекта, монтажа выставки «под ключ» (модель выставки), рекламы и памятки по обслуживанию выставок.
5. Ознакомить студентов со спецификой работы стендиста, галериста, куратора, дизайнера-организатора выставок в арт-менеджменте.
6. Определить специфические правила в работе с клиентами, посетителями, выработать кодекс выставочного этикета.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. все о выставочном деле, о технологиях, организации и правилах проведения выставок
2. иметь полное представление о мировом, отечественном и региональном опыте экспозиций и выставок
3. отличительные особенности рекламы, применяемой в выставочном и экспозиционном пространстве; признаки, по которым осуществляется классификация выставок и ярмарок

Уметь:

1. практически разрабатывать программу тематической выставки начиная с «идеи» выставки и кончая «дизайном» выставочного места
2. осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации
3. планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию маркетинговой стратегии организации

Владеть:

1. системным представлением об организационной и экономической составляющей процесса планирования выставочной кампании и применения средств массовой информации в деятельности предприятий
2. способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации

3. методикой формирования экспозиционной команды.

Физическая культура и спорт

Цель дисциплины: формирование всесторонне развитой личности и способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической готовности студента к будущей профессии.

Задачи дисциплины:

- изучить основные аспекты научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;

- овладеть системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психической подготовленности, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;

- способствовать укреплению здоровья, улучшению физического и психического состояния, коррекции телосложения. Результатом решения этой задачи должно стать улучшение физического развития студентов.

- понять социальную значимость физической культуры и её роль в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;

- способствовать приобретению личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей физической подготовленности к будущей профессии и быту;

- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое совершенствование и самовоспитание, привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;

- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста;

2. сущность физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов;

3. социально-биологические основы физической культуры и спорта;

4. основы здорового образа жизни студента;

5. особенности использования средств и методов физической культуры для оптимизации работоспособности;

6. общую физическую и специальную подготовку студентов в системе физического воспитания

Уметь:

1. индивидуально выбирать вид спорта или систему физических упражнений для своего физического совершенствования;

2. применять на практике профессионально-прикладную физическую подготовку студентов

Владеть:

1. личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных жизненных и профессиональных целей;

2. системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств (с выполнением установленных нормативов по общей физической и спортивно-технической подготовке);

3. методиками самостоятельных занятий и самоконтроля над состоянием своего организма.

Управление конфликтами в организации

Цель дисциплины: освоения дисциплины является подготовка обучающихся к организационно-управленческой деятельности по направлению подготовки «Сервис» посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС ВО, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

Задачи дисциплины:

- изучение понятийного аппарата дисциплины,
- основных теоретических положений и методов,
- привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических задач.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы коллективной психологии; особенностей и закономерности групповой работы, развития коллектива
2. процессы групповой динамики и принципы формирования команды; особенности проявления темперамента и характера личности в деловых коммуникациях, психологические приемы влияния на партнера и способы защиты от манипуляций в деловых коммуникациях
3. основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач

Уметь:

1. учитывать психологические аспекты коммуникативного процесса и конфликтного поведения
2. распознавать стереотипы при восприятии партнера в коммуникации; использовать психологические приемы влияния на партнера в процессе коммуникации
3. критически оценивать личностные достоинства и недостатки; использовать личностные преимущества в учебной и профессиональной деятельности; стремиться к саморазвитию и самообразованию

Владеть:

1. навыками учета психологических факторов, влияющих на процесс деловых коммуникаций
2. применения методов и техник аргументирования и приемов влияния на партнера в процессе делового общения
3. приемами и техниками саморегуляции, самоорганизации и самоуправления, критического оценивания личных достоинств и недостатков

Сервис туристских пространств

Цель дисциплины: приобрести навыки сервисного обеспечения продуктов для разных видов туристско-рекреационной деятельности.

Задачи дисциплины:

- дать представления о современных проектах в области туристского проектирования, как в нашей стране, так и за рубежом;
- ознакомить с основными методами изучения и оценки туристско-рекреационных ресурсов;
- овладеть основными навыками проектирования в области туристско-рекреационной деятельности;
- приобрести навыки проектирования туристских маршрутов для разных видов туристской деятельности;

- - ознакомить с общегеографическими методами проектирования туристских объектов на основе оценки туристских ресурсов;
- - приобрести навыки проектирования туристских продуктов;
- - сформировать навыки анализа и экспертизы туристских проектов.
- .

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. теоретические основы туристско-рекреационного проектирования
2. методы оценки туристских ресурсов

Уметь:

1. применять основные методы и принципы туристско-рекреационного проектирования в туристской практике
2. применять методы оценки туристских ресурсов в туристско-рекреационном проектировании

Владеть:

1. основными методами и принципами туристско-рекреационного проектирования
2. уметь оценивать туристские ресурсы при разработке туристских проектов

Государственно-частное партнёрство в креативных индустриях

Цель дисциплины: подготовить обучающихся по направлению «Сервис» к работе и осуществлению компетентных действий в сфере государственно-частного партнерства.

Задачи дисциплины:

- Изучить нормативное правовое регулирование в сфере государственно-частного партнерства;
- Знать формы государственно-частного партнерства;
- Иметь представление об организации конкурса;
- Сформировать навыки разработки соглашений о государственно-частном партнерстве, их экспертизе

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. Нормативные правовые акты, действующие в области государственно-частного партнерства;
2. Формы ГЧП и их отличия; Содержание и формы соглашений о государственно-частном партнерстве, концессионных соглашениях; Существенные элементы соглашений
3. особенности применения законодательных актов в сфере ГЧП
4. структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации;

Уметь:

1. Правильно толковать и применять нормативные правовые акты в сфере ГЧП;
2. Оперировать профессиональной терминологией
3. выбрать подход, к защите законных интересов

Владеть:

1. Разрабатывать соглашения о государственно-частном партнерстве и концессионных соглашений
2. навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями

Репутационный менеджмент предприятий сервиса в социальных сетях

Цель дисциплины: сформировать представление студентов о сущности и процессах формирования и управления деловым имиджем компании или его публичных представителей как деятельности по изучению и проектированию репутационной

компания на в пространстве интегрированных коммуникаций, а также ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования коммуникационных средств проектирования и поддержания делового имиджа компании в корпоративном репутационном PR.

Задачи дисциплины:

-- познакомить студентов с предпосылками возникновения репутационного менеджмента в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями;

–разграничить понятия имидж и репутация в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями;

–дать практические навыки по планированию и управлению процессом формирования делового имиджа компании;

–сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании с целью выработки стратегий ее репутационного менеджмента;

–изучить особенности создания корпоративного сайта в рамках деятельности компании по репутационному менеджменту;

–выработать навыки по менеджменту репутации первого лица организации в системе менеджмента корпоративными интегрированными коммуникациями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

2. функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

Уметь:

1. осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

2. реализовывать функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью

Владеть:

1. методологическими приемами осуществления тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

2. навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

Планирование в креативных индустриях

Цель дисциплины: формирование у обучающихся знаний и практических навыков планирования деятельности и кампаний в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

-- познакомить студентов с предпосылками возникновения репутационного менеджмента
Изучение прикладных аспектов планирования

–Исследование подходов к планированию социологии, психологии, политологии, а также сферы стратегического управления

–Изучение основных аспектов сервисной деятельности в креативных индустриях

–Познание законодательства в области сервисной деятельности в креативных индустриях Освоение практических навыков продвижения контента

–Формирование комплексного представления о планировании в креативных индустриях

–Освоение навыков организации кампании и измерения их эффективности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы проектной деятельности по созданию концепций продукта в креативных индустриях

2. принципы планирования и разработки концепций мероприятий и проектов, а также принципы их реализации

Уметь:

1. участвовать в проектной деятельности по созданию концепций продукта в креативных индустриях

2. создавать концепции продукта в креативных индустриях

Владеть:

1. основами проектной деятельности по созданию концепций продукта в креативных индустриях

2. методами создания концепции продукта в креативных индустриях

Маркетинг в индустрии сервиса

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа (с точки зрения организации и оптимизации процедур их проведения и результативности), выработка практических навыков системного управления процессами, научить студентов пользоваться минимально необходимым практическим инструментарием, чтобы, работая в компании и получив задачу организации и проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, слушатель смог бы самостоятельно провести данную работу с минимальными финансовыми затратами, в максимально короткий срок, качественно и эффективно.

Задачи дисциплины:

–ознакомление студентов с основными понятиями в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа, их видами;

–формирование навыков использования методологии и методов маркетинговых исследований;

–обучение специфике применения различных видов маркетинговых исследований;

–формирование навыков применения методов обработки информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований;

–ознакомление с методологией ситуационного анализа;

–подготовка специалистов, способных, на основе полученных знаний, творчески и оперативно принимать обоснованные решения по вопросам маркетинговых исследований с учетом стратегии развития организации (предприятия).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач брендинга в креативных индустриях

2. критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач брендинга в креативных индустриях

Уметь:

1. применять знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода

2. применять профессиональные знания в самостоятельной работе сервисного сопровождения процедур брендинга и поддержания на должном уровне образ объекта креативных индустрий

Владеть:

1. навыками участия в процессе разработки концепции бренда в соответствии с выбранным направлением деятельности, методологических основ системного подхода

2. навыками применения сервисного сопровождения процедур брендинга и поддержания на должном уровне образ объекта креативных индустрий

Обеспечение развития народно-художественных промыслов и ремёсел

Цель дисциплины: знакомство студентов с особенностями сервисного обеспечения проектов народных художественных промыслов, развитие и формирование духовной культуры личности студентов, приобщение к общечеловеческим ценностям, формирование национального самосознания через овладение национальным культурным наследием.

Задачи дисциплины:

- формирование навыков искусствоведческого анализа произведений;
- освоение таких понятий теории народного творчества, как традиция, коллективность, вариативность, средства художественной выразительности, художественный образ, художественный метод и стиль, синкретизм;
- формирование аналитического мышления, освоение научно-исследовательских методов работы, изучение широкого круга информационных источников.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. теоретические основы становления и развития школ народных ремесел и их роль и место в системе народной художественной культуры
2. специфику художественной системы народного творчества (повтор, вариация, импровизация)

Уметь:

1. развивать в ходе проведения экскурсий и сбора дополнительной информации представление о народном мастере как творческой личности, духовно связанной с культурой и природой родного края, носителя традиций коллективного опыта
2. уметь выявлять в произведениях народных художественных промыслов связь конструктивных, декоративных и изобразительных элементов, единство материала, формы и декора

Владеть:

1. современными методами сбора информации по проблемам народных промыслов и ремесел
2. навыками сервисного сопровождения проектов НХПиР

Предпринимательство и инновации в сервисе креативных индустрий

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний о роли предпринимательства и инноваций в рыночном поведении сервисных компаний, тенденциях развития инновационных процессов в креативных индустриях, инновационных сервисного сопровождения креативных индустрий, препятствиях на пути их внедрения, актуальных направлениях совершенствования бизнес-процессов современных сервисных предприятий.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных концепциях управления инновациями в сервисе креативных индустрий;
- познакомить с концепциями предпринимательской деятельности;
- научить проводить предпринимательский анализ проектов в сервисе креативных индустрий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. методы проектирования сервиса в креативных индустриях

2. теоретические, правовые, практические основы инновационных процессов в индустрии сервиса; сущность, роль и цели внедрения инноваций в сфере туризма; типологии инноваций и особенностей их применения в сервисе в креативных индустриях

3. взаимосвязи сервисной деятельности с другими видами деятельности предприятий креативных индустрий

Уметь:

1. проектировать сервисные процедуры

2. проводить оценку эффективности инновационных проектов в сфере сервиса в креативных индустриях

3. использовать технологии сервисной деятельности при организации креативных индустрий и оценивать релевантность и эффективность сервисных мероприятий

Владеть:

1. теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в сервисе в креативных индустриях

2. навыками оценки соответствия информационных технологий требованиям, целям и задачам предприятий индустрии туризма; предлагать использование наиболее релевантных информационных технологий и Big Data при проектировании сервиса в креативных индустриях

3. навыками проведения корректировки оценки управления и деятельности предприятия индустрии сервиса для повышения уровня конкурентоспособности

Геобрендинг и айдентика территорий (на английском языке)

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков по созданию, разработке, планированию и управлению брендом территории.

Задачи дисциплины:

–Подготовка к творческой деятельности в области конструирования имиджа территорий, городов или объектов по созданию информационных поводов для продуктов в сфере туризма

–подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов деятельности туристского предприятия;

–подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области туризма.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. концепции брендинга в креативных индустриях и формирования активной политики оценки рисков предприятия индустрии на основе концепции геобрендинга территорий

2. концепции брендинга в креативных индустриях

Уметь:

1. применять современные методы и технологии проектирования деятельности предприятия

2. применять современные технологии сервисного сопровождения процедур брендинга и поддержания на должном уровне образ объекта креативных индустрий

Владеть:

1. навыками применения современных методов и технологий проектирования бренда в соответствии с выбранным направлением деятельности

2. навыками применения современных технологий сервисного сопровождения процедур брендинга и поддержания на должном уровне образ объекта креативных индустрий

Межкультурные коммуникации (на английском языке)

Цель дисциплины: сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для освоения практик общения в мультикультурных обществах, адаптации к новым культурным различиям и налаживания эффективной коммуникации с представителями других культур, для понимания растущей роли межкультурного диалога, компромисса и согласия в повседневной и профессиональной жизни современного общества. Достижение этой цели создает условия для развития диалогического мышления и дискурсивной коммуникации, ориентированных на свободное обсуждение и принятие мнений с целью организации совместных действий людей, на преодоление социокультурных барьеров, культурных предрассудков и связанных с ними культурных конфликтов, на принятие культурного разнообразия общества и мира.

Задачи дисциплины:

– Знакомство с историей возникновения и теоретическими основами направления «межкультурная коммуникация»;

– Владение дискурсом данного направления, его основными терминами и концептами;

– Формирование умений, навыков, способностей межкультурного общения, преодоления культурных барьеров и адекватного понимания средств и правил межкультурной коммуникации;

– Развитие способностей рефлексивного и толерантного отношения к культурным различиям, к иным формам культурной идентичности и культурного поведения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. Современные программы и технические средства создания актуального цифрового коммуникационного продукта

2. Архитектуру и алгоритмические параметры работы с онлайн-ресурсами и квалифицирующими источниками информации с целью создания коммуникационного цифрового продукта

3. Методы исследования и разработки перспективных областей современного онлайн-рынка цифровых коммуникаций в корпоративной среде

4. Принципы разработки программных и информационных коммуникативных продуктов в современной международной и глобальной корпорации

Уметь:

1. Использовать доступные и имеющиеся технические средства и программное обеспечение для создания актуального цифрового коммуникационного продукта

2. Работать с современными цифровыми платформами и их алгоритмами для отслеживания актуальной информации

3. Планировать коммуникационные кампании в цифровой среде в корпоративной сфере

4. Проектировать и директировать создание и исполнение цифрового коммуникационного или информационного продукта

Владеть:

1. Инструментами создания, проектирования и распространения актуального цифрового коммуникационного продукта собственного производства

2. Навыками программирования и взаимодействия с алгоритмическими программами с целью создания коммуникационного цифрового продукта

3. Навыками разработки концепции современной актуальной цифровой внутрикорпоративной и внешнекорпоративной коммуникации

4. Навыками проектирования коммуникаций в цифровой среде

Франчайзинг предприятий в креативных индустриях

Цель дисциплины: заключается в получении компетенций, необходимых студентами при освоении ОП бакалавриата, и для формирования основных знаний, умений и навыков в области коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.

Задачи дисциплины:

- Дать теоретические и методические знания об управлении предприятием в рамках договора франчайзинга с учетом отражения в лекционных и практических занятиях современных тенденций и научных поисков по управлению предприятием в условиях франчайзинга;

- Выработать практические умения и навыки в принятии управленческих решений, направленных на достижение эффективности работы предприятий в условиях франчайзинга,

- Умение использовать передовой опыт работы предприятий в конкретной практической деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. теоретические основы и закономерности управления предприятием в условиях франчайзинга

2. теоретические, правовые, практические основы франчайзинговых процессов в креативных индустриях

3. информационное и методическое обеспечение процесса управления и контроля деятельности предприятий в условиях франчайзинга

- 4.

Уметь:

1. выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций на предприятиях, работающих в условиях франчайзинга

2. проводить оценку эффективности франшиз креативных индустрий

3. использовать информационные и инновационные технологии на предприятиях, работающих в рамках договора франчайзинга

Владеть:

1. специальной управленческой терминологией и лексикой данной дисциплины

2. навыками обеспечения креативных индустрий франчайзингом

3. информационными источниками (в т.ч. электронными базами данных), используемых при изучении франчайзинга на предприятиях

Управление проектами в креативных индустриях

Цель дисциплины: сформировать у слушателей необходимый объем фундаментальных и прикладных знаний, практических навыков, необходимых для успешного сервисного сопровождения проектов креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

- изучение с понятийно-категориального аппарата в области управления проектами креативных индустрий;

- формирование знания сервисных методов структуризации и управления проектами;

- формирование умений использования современного инструментария управления проектами (декомпозиция, выделение этапов, функций и процессов проекта);

- формирование навыков и умений подготовки обоснования и разработки плана проекта креативных индустрий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. классификацию проектов и их особенности

2. особенности реализации проектов различных типов

3. основные понятия аппарата управления проектами

4. основные показатели эффективности проекта в креативных индустриях, пути их достижения; методы эффективного управления проектом в креативных индустриях

Уметь:

1. применять методы управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
2. организовать управление проектом
3. применять инструменты управления качеством в проекте
4. организовывать управление проектом с учетом достижения требуемых показателей эффективности

Владеть:

1. : навыками построения логически выдержанных заключений по результатам аналитического обоснования экономических решений
2. навыками применения различного инструментария в проектной деятельности; умением работать в команде и выстраивать отношения с коллегами на основе уважения и доверия
3. практическими навыками решения практических задач проектного сервиса креативных индустрий
4. способностью анализировать основные стадии планирования процесса управления проектами; навыками проведения маркетинговых исследований в структуре формирования концепции проекта: внутренний и внешний анализ; способностью проводить проектный анализ и оценку рисков проекта

Управление государственными, муниципальными и корпоративными закупками

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций по управлению, обеспечению государственных и муниципальных заказов, позволяющих эффективно использовать средства бюджета и внебюджетных источников финансирования для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Задачи дисциплины:

- изучение истории становления и развития института закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд;
- формирование представления о системе нормативных актов, регулирующих сферу закупок для государственных и муниципальных нужд в Российской Федерации;
- овладение алгоритмом осуществления закупок для государственных и муниципальных нужд.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные положения законодательства Российской Федерации сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд
2. процедуры различных способов определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей), их содержание, особенности осуществления отдельных видов закупок
3. условия и порядок заключения, исполнения, изменения, расторжения контрактов

Уметь:

1. применять на практике положения законодательства Российской Федерации сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд
2. готовить проекты контрактов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
3. находить и оценивать новые рыночные возможности

Владеть:

1. методами формирования сводного прогноза, планов-графиков закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
2. навыками организации размещения государственных и муниципальных заказов, навыками составления бюджетной и финансовой отчетности
3. методами реализации основных управленческих функций, технологиями, приемами, обеспечивающими оказание государственных и муниципальных услуг физическим и юридическим лицам

Креативная экономика

Цель дисциплины: знакомство студентов с основными социокультурными, экономическими, правовыми и образовательными предпосылками креативной экономики, совместный анализ институциональных факторов, способствующих ее развитию.

Задачи дисциплины:

- изучить методы обеспечения качества управления креативной деятельности в организации в условиях внешней и внутренней среды;
- изучить факторы (экономические законы, научные подходы и др.), влияющие на креативность и эффективность управленческого решения как основного условия достижения его конкурентоспособности;
- изучить технологии разработки, принятия, реализации и мотивации качественного управленческого решения; изучить методы анализа, прогнозирования, оптимизации и экономического обоснования управленческого решения в рамках системы сервиса

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. особенности выстраивания собственной траектории развития в профессиональной сфере руководствуясь собственным экономическим обеспечением
2. основные виды и элементы проектов; важнейшие принципы, функции и методы управления проектом в креативной экономике
3. основные показатели эффективности проекта в креативных индустриях, пути их достижения; методы эффективного управления проектом в креативных индустриях

Уметь:

1. планировать и принимать решения в рамках личных финансов в части реализации проектов креативной экономики и их сервисного сопровождения
2. использовать средства анализа внешних и внутренних факторов деятельности организации
3. организовывать управление проектом с учетом достижения требуемых показателей эффективности

Владеть:

1. навыками построения логически выдержанных заключений по результатам аналитического обоснования экономических решений
2. методами реализации основных управленческих функций; навыками анализа
3. способностью анализировать основные стадии планирования процесса управления проектами; навыками проведения маркетинговых исследований в структуре формирования концепции проекта: внутренний и внешний анализ; способностью проводить проектный анализ и оценку рисков проекта

Финансовое сопровождение креативных проектов

Цель дисциплины: развитие у бакалавров ключевых знаний и компетенций в области управления финансовыми ресурсами компаний креативных индустрий на основе новых схем и моделей финансирования, а также освоение навыков практического применения нормативно-правовых документов, регулирующих экономические отношения и оплату

труда в сервисных индустриях, разработка направлений совершенствования финансово-хозяйственного механизма развития креативных индустрий на основе использования инноваций.

Задачи дисциплины:

- владением современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике,

- владением принципами и современными методами управления операциями в различных сферах деятельности,

- владением навыками использования инструментов экономической политики, способностью выработать решения, учитывающие правовую и нормативную базу, способностью разрабатывать и реализовывать управленческие решения, оценивать их эффективность и результативность,

- способностью применять методы и инструменты управления изменениями в креативных индустриях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. особенности выстраивания собственной траектории развития в профессиональной сфере руководствуясь собственным экономическим обеспечением

2. методические подходы к разработке экономических проектов (программ развития), программ сервисного обеспечения креативных индустрий

3. методические приемы оценки результативности деятельности сервиса креативных индустрий

Уметь:

1. планировать и принимать решения в рамках личных финансов в части реализации проектов креативной экономики и их сервисного сопровождения

2. использовать средства анализа внешних и внутренних факторов деятельности организации

3. организовывать управление проектом с учетом достижения требуемых показателей эффективности

Владеть:

1. навыками построения логически выдержанных заключений по результатам аналитического обоснования экономических решений

2. методами реализации основных управленческих функций; навыками анализа

3. способностью анализировать основные стадии планирования процесса управления проектами; навыками проведения маркетинговых исследований в структуре формирования концепции проекта: внутренний и внешний анализ; способностью проводить проектный анализ и оценку рисков проекта

Введение в профессию

Цель дисциплины: обозначение профессиональной среды, профессионального «образа» и его атрибутики, формирование базовых навыков профессионального языка и мышления у обучающихся.

Задачи дисциплины:

- обоснование сути, специфики, сферы профессиональной деятельности;

- формирование и поддержание у студентов-первокурсников интереса к выбранной профессии;

- знакомство с языком, терминами, понятиями профессии

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. важность технологий, планирования аудита деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы проектной деятельности по созданию концепций продукта в креативных индустриях

2. принципы анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Уметь:

1. участвовать в проектной деятельности по созданию продукта в креативных индустриях

2. создавать продукт в креативных индустриях на основе анализа качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Владеть:

1. основами проектной деятельности по созданию продукта в креативных индустриях

2. методами создания продукта в креативных индустриях анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Профессиональная этика в сфере сервиса

Цель дисциплины: формирование у студентов современной культуры профессионального общения, основанной на этических принципах и нормах; развитие у студентов необходимых умений, позволяющих использовать полученные знания в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- дать студентам базовые сведения по современному деловому этикету - теоретические знания и практические навыки сознательного применения профессионально-ориентированных принципов при анализе возникающих вопросов и проблем в сфере бизнеса и профессиональной деятельности;

- развить навыки устной и письменной деловой коммуникации в сфере сервиса и гостеприимства

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. принципы обслуживания потребителей на предприятиях сервиса и индустрии гостеприимства

2. Международные критерии в обслуживании клиентов. Знак соответствия качества. Обслуживающий персонал. Требования к выполнению обязанностей и должностных инструкций рабочего персонала; клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности

Уметь:

1. организовать предоставление услуг потребителям услуг

2. применять клиентоориентированные технологии в гостиничном предприятии

Владеть:

1. способностью качественного обслуживания на предприятиях индустрии сервиса

2. навыками совершенствования клиентоориентированных технологий в гостиничном предприятии

Адаптация к профессиональной деятельности

Цель дисциплины: ознакомление студентов с системой социальных, медицинских и психолого-педагогических мероприятий, направленных на оказание помощи молодому

человеку в профессиональном образовании с учетом его возможностей, склонностей, интересов, состояния здоровья, а также с учетом образовательной среды университета.

Задачи дисциплины:

- самоанализ образовательных потребностей студентов, возможных трудностей при получении высшего профессионального образования;
- определение содержания и структуры профессионально-важных качеств в выбранной профессиональной сфере; самооценка выделенных студентами профессионально-важных качеств и компетенций; постановка задач на ближайшую и отдаленную перспективу овладения общекультурными и профессиональными компетенциями;
- ознакомление с гражданским, трудовым законодательством, с семейным правом, основными правовыми гарантиями в области социальной защиты, образования и труда инвалидов;
- обучение навыкам составления резюме, умениям использовать ИКТ в самообразовании и подготовке к занятиям;
- развитие навыков саморегуляции.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основополагающие международные документы, относящиеся к правам инвалидов;
2. основы гражданского и семейного законодательства;
3. основы трудового законодательства, особенности регулирования труда инвалидов
4. основные правовые гарантии инвалидам в области социальной защиты и образования;
5. современное состояние рынка труда.
6. функции органов труда и занятости населения

Уметь:

1. использовать свои права адекватно законодательству;
2. обращаться в надлежащие органы за квалифицированной помощью;
3. составлять резюме, осуществлять самопрезентацию при трудоустройстве
4. анализировать и осознанно применять нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации;
5. составлять необходимые заявительные документы

Владеть:

1. способами поиска необходимой информации для эффективной организации учебной и будущей профессиональной деятельности
2. навыками осуществления оценочных процедур

Адаптивные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Цель дисциплины: ознакомление студентов с системой социальных, медицинских и психолого-педагогических мероприятий, направленных на оказание помощи молодому человеку в профессиональном образовании с учетом его возможностей, склонностей, интересов, состояния здоровья, а также с учетом образовательной среды университета.

Задачи дисциплины:

- самоанализ образовательных потребностей студентов, возможных трудностей при получении высшего профессионального образования;
- определение содержания и структуры профессионально-важных качеств в выбранной профессиональной сфере; самооценка выделенных студентами профессионально-важных качеств и компетенций; постановка задач на ближайшую и

отдаленную перспективу овладения общекультурными и профессиональными компетенциями;

- ознакомление с гражданским, трудовым законодательством, с семейным правом, основными правовыми гарантиями в области социальной защиты, образования и труда инвалидов;

- обучение навыкам составления резюме, умениям использовать ИКТ в самообразовании и подготовке к занятиям;

- развитие навыков саморегуляции.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. способы применения информационно-коммуникационных технологий в различных направлениях профессиональной деятельности

2. назначение и виды информационно-коммуникационных технологий, применяемых для формирования требований к информационной системе предприятия, работающих с лицами с ОВЗ

Уметь:

1. формулировать и осуществлять постановку задач при разработке презентации программного продукта

2. проводить анализ сервисных процедур в креативных индустриях в соответствии со стратегическими задачами самого объекта деятельности

Владеть:

1. базовыми современными ИКТ в различных направлениях профессиональной деятельности

2. международными и отечественными стандартами в области информационных систем и технологий для разработки и оптимизации информационных систем, поддерживающих работу лицами с ОВЗ

Креативные индустрии и городская среда (урбанистика)

Цель дисциплины: заключается в формировании у обучаемых навыков исследования и критического осмысления коммуникационных процессов в городских пространствах, которое составляет основное поле жизнедеятельности профессионалов в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представление о коммуникативной системе городе и ее функционировании;

- обучить студентов основным подходам к исследованию и управлению коммуникациями в урбанизированных пространствах;

- способствовать умению организации социокультурных проектов в урбанистической среде;

- сформировать у студентов представление о возможности практического применения полученных навыков в рамках профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применяя системный подход для решения поставленных задач

2. методы организации сервисного обеспечения мероприятий в индустриях креативной экономики

3. методы анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Уметь:

1. использовать и применять анализ задач, выделяя базовые составляющие и второстепенные задачи

2. использовать и применять административные принципы сервисного обеспечения мероприятий в индустриях креативной экономики
3. использовать и применять анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Владеть:

1. методами и инструментами анализа и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
2. методами и инструментами сервисного обеспечения мероприятий в индустриях креативной экономики
3. методами и инструментами анализа качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий в процессе функционирования органов управления корпорации.

Локальные креативные индустрии

Цель дисциплины: сформировать у студентов представление о креативных индустриях как о динамично развивающемся направлении локального бизнеса в отраслях медиа, дизайна, культурного производства и наследия, индустрии развлечений и пр..

Задачи дисциплины:

- Концепции и подходы к определению культурных и креативных индустрий;
- Значение и роль креативных организаций в современном обществе (в теории и на практике), их влияние на развитие личности и различных сообществ;
- Формы ведения осуществления деятельности в сфере креативных индустрий в России в мире (предпринимательство, некоммерческое и социальное предпринимательство, государственный сектор); Особенности процессов производства и потребления в сфере креативных индустрий;
- Принципы построения и реализации культурной политики в современных условиях.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
2. современные информационные технологии для решения поставленных задач
3. современные информационные технологии брендинга для решения поставленных задач сервисного сопровождения

Уметь:

1. применять знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода
2. применять современные информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности
3. применять современные информационные технологии брендинга при решении задач профессиональной деятельности сервисного сопровождения

Владеть:

1. навыками применения знания основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода
2. навыками применения современных информационных технологий при решении задач профессиональной деятельности
3. навыками применения современных информационных технологий брендинга при решении задач профессиональной деятельности сервисного сопровождения

Сервис креативного предпринимательства

Цель дисциплины: формирование у современных студентов бакалавриата систематизированных знаний в области теории и практики управления сервисными системами, а также практических навыков при решении задач по совершенствованию сервисных систем в условиях динамично изменяющейся внешней и внутренней среды организации.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов знания основных понятий теории сервиса креативных индустрий;
- сформировать понимание основных закономерностей сервиса креативных индустрий;
- выработать умения и навыки самостоятельной работы со специальной литературой;
- развить у студентов умения формировать собственные оценки актуальных проблем теории и практики сервиса креативных индустрий;
- развить у студентов способность глубокого анализа проблем развития теории и практики сервиса креативных индустрий;
- способствовать укреплению у студентов установки на будущую профессиональную деятельность;
- выработать у студентов понимание сущности и специфики технологий сервиса креативных индустрий;
- - выработать у студентов умения и навыки использования эффективных технологий сервиса креативных индустрий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. организации использования современных информационных технологий в сервисе креативных индустрий на уровне понимания
2. организации массовых, групповых и индивидуальных форм социально-культурной деятельности в соответствии с культурными потребностями различных групп потребителей на уровне понимания
3. организации и самообразования на уровне воспроизведения

Уметь:

1. использовать организационные решения и самообразование
2. приводить примеры организации массовых, групповых и индивидуальных форм социально-культурной деятельности в соответствии с культурными потребностями различных групп потребителей
3. приводить примеры использования современных информационных технологий в социально-культурной деятельности

Владеть:

1. навыками устанавливать порядок организации использования современных информационных технологий в социально-культурной деятельности
2. навыками описывания организации и самообразования
3. навыками устанавливать порядок к организации массовых, групповых и индивидуальных форм социально-культурной деятельности

Организация культурно-досуговой деятельности

Цель дисциплины: сформировать у студентов четкое понимание сущности и специфики культурно-досуговой деятельности и ее технологий.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов знания основных понятий теории культурно-досуговой деятельности;

- сформировать понимание основных закономерностей культурно-досуговой деятельности и ее технологий;
- выработать умения и навыки самостоятельной работы со специальной литературой;
- развить у студентов умения формировать собственные оценки актуальных проблем теории и практики культурно-досуговой деятельности;
- развить у студентов способность глубокого анализа проблем развития теории и практики культурно-досуговой деятельности;
- способствовать укреплению у студентов установки на будущую профессиональную деятельность;
- выработать у студентов понимание сущности и специфики технологий культурно-досуговой деятельности;
- выработать у студентов умения и навыки использования эффективных технологий культурно-досуговой деятельности..

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. организации использования современных информационных технологий в сервисе креативных индустрий на уровне понимания
2. организации массовых, групповых и индивидуальных форм социально-культурной деятельности в соответствии с культурными потребностями различных групп потребителей на уровне понимания
3. организации и самообразования на уровне воспроизведения

Уметь:

1. использовать организационные решения и самообразование
2. приводить примеры организации массовых, групповых и индивидуальных форм социально-культурной деятельности в соответствии с культурными потребностями различных групп потребителей
3. приводить примеры использования современных информационных технологий в социально-культурной деятельности

Владеть:

1. навыками устанавливать порядок организации использования современных информационных технологий в социально-культурной деятельности
2. навыками описывания организации и самообразования
3. навыками устанавливать порядок к организации массовых, групповых и индивидуальных форм социально-культурной деятельности

Анализ данных в сервисе креативных индустрий

Цель дисциплины: формирование у студентов способности применять современные методики и технологии анализа данных в туристической индустрии, умения диагностировать и оценивать качество прогнозных моделей.

Задачи дисциплины:

- овладение комплексом современных методов сбора, обработки, обобщения и анализа туристической информации;
- применение эконометрических методов для оценки и анализа финансово-хозяйственной деятельности туристических предприятий.
- овладение прикладными расчетными приемами по реализации вычислительных аспектов математических задач;
- освоение навыков использования общераспространёнными программами.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. цели и задачи моделирования процессов в креативных индустриях в части соответствия нормативным требованиям, требованиям подготовки к лицензированию, сертификации

2. методы построения прогнозов на основе моделей

Уметь:

1. использовать современные компьютерные и информационные технологии для оценивания, верификации и использования различных моделей, в том числе эконометрических

2. строить прогнозы развития социально-экономических показателей в туристской деятельности

Владеть:

1. методами оценивания моделей бизнес-процессов в сервисе

2. приемами проверки адекватности построенной модели и всего процесса моделирования

Защита прав потребителей услуг сервиса и креативных индустрий

Цель дисциплины: совершенствование навыков работы с нормативными правовыми актами, регулирующими отношения в сфере защиты прав потребителей, изучение практики применения законодательства о защите прав потребителей, развитие навыков по формулированию и разграничению юридических категорий и правильному применению законов для дальнейшей законотворческой работы.

Задачи дисциплины:

- изучение законодательства и судебной практики о защите прав потребителей;

- формирование и развитие профессионального правосознания будущих юристов в сфере защиты прав потребителей;

- формирование представлений об основных правах потребителей, их структуре, составе, признаках;

- закрепление знаний, полученных в рамках изучения общепрофессиональных и специальных дисциплин, посвященных отдельным особенностям гражданского и предпринимательского оборота.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. институты и нормы потребительского права; взаимосвязь со смежными отраслями частного и публичного права

2. законодательство в сфере защиты прав потребителей, формы и способы защиты нарушенных прав и особенности их применения

Уметь:

1. анализировать факты, события и обстоятельства в области потребительского законодательства

2. применять нормы закона о защите прав потребителей

Владеть:

1. навыками применения норм права в сфере частного и публичного права

2. навыками анализа и применения нормативных правовых актов в сфере защиты прав потребителей

Онлайновые технологии краудфандинга и краудсорсинга в креативных индустриях

Цель дисциплины: формирование у студентов необходимых теоретических знаний и практических навыков в сфере финансового содействия разработки и реализации социальных предпринимательских проектов.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических аспектов современных финансовых инструментов социального предпринимательства (СП);
- знакомство со способами организации финансирования социального бизнеса,
- развитие навыков в решении конкретных финансовых задач, стоящих перед социальным предпринимателем;
- совершенствование навыков привлечения финансирования, разработки, презентации и защиты бизнес-планов в сфере социального предпринимательства.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. знать: существующие методики расчета экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов
2. основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне

Уметь:

1. анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей
2. использовать информационные и инновационные технологии на предприятиях работающих в рамках договора франчайзинга

Владеть:

1. современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, выявления тенденций их изменения
2. - современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, выявления тенденций их изменения

Креативные решения в социально-культурной деятельности

Цель дисциплины: формирование у студентов целостной системы профессиональных компетенций и практических навыков по принятию креативных решений в современной социально-культурной деятельности.

Задачи дисциплины:

- теоретическое и практическое совершенствование студента в области постановки и решения профессиональных задач в процессе выработки креативного решения, основанного на креативных техниках, разработанных западными и российскими специалистами по креативу в PR, маркетинге и рекламе и адаптированных к сфере социально-культурного сервиса и туризма;
- расширить свои знания в области современных креативных коммуникативных технологий, средств и ресурсов, способных сделать конкурентоспособным будущего специалиста в сфере социально-культурной деятельности.
- приобретение студентами теоретического и практического совершенствования в области постановки и решения профессиональных задач в рамках проведения коммуникативных акций, кампаний и, в общем, стратегического креативного планирования в сфере консалтинга в социально-культурной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные инструменты осведомления широкой аудитории и инвесторов о локальных креаторах при выработке креативных решений в социально-культурной деятельности
2. методы и способы подготовки и организации выставок, встреч, мероприятий для коллаборации с партнёрами и потребителями и на их основе реализовывать креативные решения в социально-культурной деятельности

Уметь:

1. применять основные инструменты осведомления широкой аудитории и инвесторов о локальных креаторах в процессе реализации креативных решений в социально-культурной деятельности

2. организовывать выставки, встречи, мероприятия для коллаборации с партнёрами и потребителями, исходя из принятого креативного решения в социально-культурной деятельности

Владеть:

1. технологиями реализации инструментов осведомления широкой аудитории и инвесторов о локальных креаторах в процессе осуществления креативных решений в социально-культурной деятельности

2. способностью реализации креативного решения в социально-культурной деятельности в рамках подготовки и организации выставок, встреч, мероприятий для коллаборации с партнёрами и потребителями

Коммуникативные технологии выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами

Цель дисциплины: формирование у студентов целостной системы профессиональных компетенций и практических навыков по применению коммуникативных технологий управления в процессе выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами в сфере сервисного обеспечения креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

–теоретическое и практическое совершенствование студента в области постановки и формирования системного понимания стратегической роли современных коммуникативных технологий в процессе выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами;

–освоение актуальных коммуникативных технологий выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами и специфики их осуществления в сфере сервисного обеспечения креативных индустрий;

–приобретение студентами знаний о современных концепциях, организации и применении коммуникативных технологий в процессах выстраивания и стратегического управления отношениями с заинтересованными сторонами в сфере сервисного обеспечения креативных индустрий

–развитие навыков применения коммуникативных технологий в рамках выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами в сфере сервисного обеспечения креативных индустрий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные инструменты осведомления широкой аудитории и инвесторов о : основные коммуникативные технологии выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами в сервисном обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики

2. методы анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Уметь:

1. использовать коммуникативные технологии выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами в креативном сервисном обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики

2. использовать и применять анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Владеть:

1. методами, практическими навыками реализации коммуникативных технологий выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами при реализации креативных решений в сервисном обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики

2. методами и инструментами анализа качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий в процессе функционирования органов управления корпорации

Цифровизация музейных ресурсов

Цель дисциплины: сформировать у студентов навыки научного мышления, передать знания о методах ведения и способах оформления результатов научных исследований.

Задачи дисциплины:

–ознакомление с историей развития научного познания, развитием эмпирического и теоретического типов научного мышления;

–освоение методики планирования и проведения научного исследования;

–практическая реализация полученных знаний посредством оформления результатов научно-исследовательской работы..

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

2. современные информационные технологии для решения поставленных задач

Уметь:

1. применять знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода

2. применять современные информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности

Владеть:

1. навыками применения знания основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода

2. навыками применения современные информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности.

Социальная эффективность в креативных индустриях

Цель дисциплины: является углубленное изучение теоретических основ и получение практических навыков в области управления персоналом организации в индустрии сервиса. В процессе изучения курса у студентов формируются четкие представления о понятийном аппарате данной дисциплины, об основных направлениях в этой области; изучаются процессы становления и правового регулирования рынка труда, особенностей его функционирования; приобретаются знания в области законов и явлений, формирующих основы управления персоналом; студенты осознают место и роль управления персоналом в системе управления организацией.

Задачи дисциплины:

–изучить теоретические основы управления персоналом организации;

–познакомиться с процессами формирования рынка труда и его функционирования в условиях современной экономики;

–приобрести знания в области основных законов и явлений, формирующих основы управления персоналом в системе управления организацией.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. Современные клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности. Роль этих технологий в управлении персоналом
2. Основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки
3. Принципы и методы оценки эффективности работы системы клиентских отношений

Уметь:

1. Использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации
2. Применять методы разработки системы клиентских отношений
3. Выявлять проблемы функционирования и ресурсы роста эффективности системы клиентских отношений

Владеть:

1. Навыками взаимодействия с потребителями и другими заинтересованными сторонами в ходе применения клиентоориентированных технологий
2. Навыками взаимодействия с коллегами в процессе разработки системы клиентских отношений
3. Навыками разработки рекомендаций по совершенствованию системы клиентских отношений

Управление аудиторией в креативных проектах

Цель дисциплины: сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для освоения практик управления аудиторией в креативных проектах в текстовом, визуальном и аудио форматах в новых культурных и индустриальных контекстах. Студенты в рамках данного курса будут готовиться к совершенствованию квалификаций по креативной проектной работе, поиску диалога с партнерами, а также взаимодействовать в разных ситуациях.

Задачи дисциплины:

– Знакомство с историей возникновения и теоретическими основами ведения блогов в каждую эпоху жизни сети Интернет

– Владение дискурсом в области профессионального управления аудиторией в креативных проектах на разных платформах, в области установления профессиональных контактов и монетизации креативных работ

– Формирование умений, навыков и способностей взаимодействия с заинтересованными сообществами на уровне личных отношений с остальными блогерами и управляющими компаниями

– Развитие способностей постоянной рефлексивной адаптации в условиях цифровых коммуникаций и развития блогера в современной культурной, экономической, политической и иной среде.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. Архитектуру и алгоритмические параметры работы с онлайн-ресурсами и квалифицирующими источниками информации с целью создания коммуникационного цифрового продукта
2. Методы исследования и разработки перспективных областей современного онлайн-рынка цифровых коммуникаций в корпоративной среде

Уметь:

1. Работать с современными цифровыми платформами и их алгоритмами для отслеживания актуальной информации
2. Планировать коммуникационные кампании в цифровой среде в корпоративной сфере

Владеть:

1. Навыками разработки концепции современной актуальной цифровой внутрикорпоративной и внешнекорпоративной коммуникации
2. Навыками программирования и взаимодействия с алгоритмическими программами с целью создания коммуникационного цифрового продукта

Технологии связей с общественностью в креативных индустриях (на английском языке)

Цель дисциплины: освоение студентами основного понятийного аппарата связей с общественностью, ознакомление с основными подходами к PR-деятельности, усвоение основных технологий, методов и инструментов деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде.

Задачи дисциплины:

- дать системное представление о связях с общественностью как виде профессиональной деятельности в коммерческой, политической, социальной сфере и взаимодействии с органами государственной власти;
- сформировать понимание принципов профессиональной этики;
- дать представление об этических кодексах, профессиональных организациях и объединениях, профессиональных конкурсах, профессиональных стандартах;
- ознакомить с основными зарубежными и отечественными теоретическими концепциями связей с общественностью;
- дать полное и системное представление о понятийном аппарате теории связей с общественностью;
- сформировать представление о принципах взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации,
- дать представление о типах современной коммуникационной продукции связей с общественностью в онлайн и офлайн средах;
- обучить базовым алгоритмам деятельности по связям с общественностью, аналитическим и технологическим процедурам, используемым в деятельности по связям с общественностью.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. инструменты осведомления широкой аудитории и инвесторов о локальных креаторах
2. принципы подготовки и организации выставок, встреч, мероприятий для коллаборации с партнёрами и потребителями

Уметь:

1. применять методы осведомления широкой аудитории и инвесторов о локальных креаторах
2. применять принципы подготовки и организации выставок, встреч, мероприятий для коллаборации с партнёрами и потребителями

Владеть:

1. навыками применения методов осведомления широкой аудитории и инвесторов о локальных креаторах
2. навыками применения принципы подготовки и организации выставок, встреч, мероприятий для коллаборации с партнёрами и потребителями

Цифровизация культуры и искусства

Цель дисциплины: сформировать научное, историко-культурное, профессионально-методологическое представление о сфере компьютерного дизайна и цифрового искусства как области проектно-художественной деятельности, обладающей своей историей и традициями, средствами художественной выразительности, философией, возможностями и сферами применения в дизайне информационного пространства и медиа среды.

Задачи дисциплины:

–изучить как общие теоретические положения современной информатики, так и положения специальных разделов использования ИКТ в музейной деятельности;

–изучить специфику выполнения музеем основной деятельности в условиях глобальной информатизации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. формирования методологии изучения культурного наследия, в том числе концепции наследия, научные труды – в российской и зарубежной традиции; базовые понятия терминологического поля изучения культурного, их историческую динамику

2. историю современного искусства; классификацию видов искусств; тенденции развития современного мирового искусства

Уметь:

1. применять методологические основы изучения культурного наследия в научных исследованиях – как теоретических, так и прикладных; выявлять, описывать и оценивать конкретные объекты духовного и материального культурного наследия

2. применить полученные знания в области ИКТ для решения конкретных задач

Владеть:

1. навыками изучения и презентации культурного наследия в практической работе; изучения и анализа объектов культурного наследия в педагогической и просветительской работе

2. современными методами накопления, обработки, передачи, поиска и использования информации о культурном наследии

Технологии формирования команды креативных индустрий

Цель дисциплины: формирование у студентов базовых, профессиональных знаний теории, принципов и основ лидерства, а также креативных техник развития и совершенствования лидерских качеств при осуществлении профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

–Сформировать систему знаний о закономерностях, специфике и феномене лидерства как ресурсной составляющей профессионального потенциала работника сферы туризма;

–Сформировать представление о современных креативных технологиях в области лидерства для работника сферы туризма

–Сформировать систему знаний, необходимых для анализа роли лидерской компоненты при принятии управленческого решения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. подходы к распределению работы в командной работе

2. подходы к распределению трудовых функций в коллективе

Уметь:

1. применять подходы к распределению работы с учетом стратегии сотрудничества

2. распределять трудовую функцию с учетом интересов других участников процесса

Владеть:

1. навыками определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе

2. навыком распределения трудовой функции в командной работе

Социальные исследования в сфере сервиса

Цель дисциплины: формирование представления об основных методологических проблемах в туризме, приобретение знаний о наиболее значимых теоретических школах в социологии, развитие навыков аналитического чтения и интерпретации текстов, формирование умений, связанных с применением социологических концепций для интерпретации эмпирических данных в сфере сервиса креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

- знакомство с основными методами проведения социальных исследований;
- формирование практических навыков участия в проведении социальных исследований, социального мониторинга;
- дать представление о количественных и качественных исследованиях в креативных индустриях;
- обучить студентов читать и анализировать отчеты об эмпирических исследованиях..

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные статистические методы, используемые в социальных исследованиях
2. основные статистические методы, используемые в социальных исследованиях в рамках взаимодействия с туристами и работы в конкурентном поле

Уметь:

1. определять тип, размер и ошибку выборки; уметь определять и использовать наиболее эффективные методы сбора информации для решения конкретной проблемы
2. уметь определять и использовать наиболее эффективные методы сбора информации для решения конкретной проблемы или задачи в сервисе и креативных индустриях

Владеть:

1. Навыками разработки программы социального исследования

Культура и психология онлайн сообществ

Цель дисциплины: подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания в области понимания культуры и психологии современных онлайн сообществ, владеющего навыками анализа моделей поведения людей в условиях анонимности, фанатских сообществ, а также психологии толпы.

Задачи дисциплины:

- изучить модели поведения человека в цифровой среде;
- определить факторы влияния на поведение сообществ при взаимодействии с разными акторами;
- овладеть методами исследования и управление поведением людей в онлайн сообществах;
- основы цифровой социальной психологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

2. психологические основы потребительского поведения, свойственные современным онлайн-сообщества;
3. социальные основы взаимодействия онлайн сообществ с компаниями и организациями производства товаров и услуг в цифровом пространстве;
4. факторы влияния на поведение аудитории;
5. основные модели поведения онлайн сообществ
6. Параметры определения целевой аудитории в онлайн сообществах;
7. Способы взаимодействия с онлайн-сообществами для получения квалифицированной обратной связи

8. Методы взаимодействия с онлайн сообществами для достижения стратегических и проектных целей предприятия креативных индустрий

Уметь:

1. применять полученные знания в управлении сервисной деятельностью;
2. использовать полученные знания в формировании цифровой маркетинговой стратегии;
3. применять полученные знания в сервисной деятельности в креативных индустриях
4. Определять качественные показатели взаимодействия с онлайн-сообществом;
5. Взаимодействовать с релевантным онлайн сообществом в рамках осуществления профессиональной деятельности;
6. Использовать психологические инструменты воспроизведения позитивного опыта для улучшения качества коммуникации в цифровом пространстве

Владеть:

1. методами оценки поведения онлайн сообществ;
2. методами анализа поведения онлайн сообществ;
3. методами совершенствования клиентских отношений путем управления психологией онлайн сообществ
4. методами взаимодействия с цифровыми онлайн-сообществами;
5. методами управления онлайн-сообществами;
6. инструментами психологического управления и стимулирования взаимодействия онлайн-сообществ с проектами и предприятиями креативных индустрий

Внутрикорпоративное управление

Цель дисциплины: формирование у студентов целостной системы экономического мышления и знаний в области совокупности элементов законодательно обязательных норм, локальных нормативно-правовых актов, сложившейся корпоративной культуры, которые регламентируют функционирование корпоративного образования в целях удовлетворения всех заинтересованных в его деятельности сторон.

Задачи дисциплины:

- анализ теории и практики внутрикорпоративного управления в индустрии туризма и гостеприимства;
- рассмотрение сущности, содержания и особенностей реализации интересов стейкхолдеров в деятельности корпоративного образования туристской отрасли;
- изучение специфики применения технологий и инструментов управления органами корпорации туристического бизнеса;
- рассмотрение особенностей организационных форм реализации государственных интересов в деятельности корпоративного образования туристического и гостиничного бизнеса;
- изучение специфики и технологии формирования корпоративной культуры организаций туристического бизнеса;
- выявление оптимальных форм взаимодействия корпоративного и операционных центров туристской корпорации в зависимости от задач этапа ее жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. методы организации функционирования предприятий сервисной сферы в креативной экономике
2. методы анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Уметь:

1. использовать и применять административные, организационно-экономические и социально-психологические методы управления внутри корпоративного образования

2. использовать и применять анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Владеть:

1. методами и инструментами принятия решений в туристской индустрии и обоснования управленческих решений в процессе функционирования органов управления корпорации

2. методами и инструментами анализа качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий в процессе функционирования органов управления корпорации

Технологии переговоров в креативных индустриях

Цель дисциплины: познание теоретических основ и овладение практическими технологиями современного переговорного процесса, формирование коммуникативно развитой личности, осознанно и гибко владеть искусством подготовки, ведения переговоров, принятия конструктивных решений.

Задачи дисциплины:

– Раскрытие места «Стратегия деловых переговоров» как интегральной дисциплины в системе социо-гуманитарного знания.

– Вооружение бакалавров рациональной эффективной технологией подготовки и результативной техникой ведения переговоров.

– Теоретическое и практическое ознакомление с видами, жанрами, техниками подготовки и ведения переговоров, которые наиболее полно соответствуют профессиональным и личностным запросам обучаемых.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. подходы и модели осуществления командной работы коммуникационные подходы к пониманию происходящих социальных и политических процессов;

2. структуру (средства, стили) межкультурной коммуникации

Уметь:

1. регулировать деятельность команды, выступать в качестве лидера, обладает высокими навыками межличностного общения

Владеть:

1. навыками ведения диалога, переговоров и обмена мнениями; навыками согласования позиций, в случае их несовпадения; методами и приемами предупреждения конфликтов в мультикультурной среде и малых социальных группах

Современный коммерческий дизайн

Цель дисциплины: сформировать систему знаний и выработать основные навыки и умения, необходимые для визуализации информации, осуществления визуальной коммуникации путем графического и креативного дизайна, а также ведения креативной деятельности в современной коммуникатологической индустрии.

Задачи дисциплины:

– Показать целостную картину использования средств дизайна в современных визуальных коммуникациях

– Овладеть методами и навыками различных форм визуальной подачи информации

– формирование умений, навыков, способностей воздействия на людей средствами дизайна в визуальных коммуникациях

– Развитие способностей студентов к презентации собственных креативных проектов и защиты выбранных творческих решений

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. Идентифицирующие признаки внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникаций
2. Архитектуру и алгоритмические параметры работы с онлайн-ресурсами и квалифицирующими источниками информации с целью создания коммуникационного цифрового продукта

Уметь:

1. Выстраивать план, стилистику и интенсивность внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникаций
2. Работать с современными цифровыми платформами и их алгоритмами для отслеживания актуальной информации

Владеть:

1. Навыками создания, планирования и исполнения современных внутрикорпоративных и внешнекорпоративных цифровых коммуникационных продуктах
2. Навыками программирования и взаимодействия с алгоритмическими программами с целью создания коммуникационного цифрового продукта

Корпоративная и социальная ответственность в креативных индустриях

Цель дисциплины: подготовить студентов к деятельности по комплексному управлению коммуникационными процессами в коммерческих и некоммерческих структурах на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях.

Задачи дисциплины:

- формирование представления об управлении коммуникациями как стратегического направления развития современной организации на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях;

- развитие навыков у студентов к самостоятельной деятельности в области коммуникационного менеджмента на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. специфику управления коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, правила и способы межкультурной и межличностной коммуникации на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях
2. основные инструменты при планировании, производства и (или) реализации продукта на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях

Уметь:

1. решать задачи, связанные с управлением коммуникациями; планировать, организовывать и проводить под контролем коммуникационные кампании; анализировать коммуникационные проблемы компании; проводить коммуникационный аудит на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях
2. *применять* основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации продукта на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях

Владеть:

1. навыками организации и реализации проектов в области коммуникационного менеджмента; современными информационными технологиями профессиональной деятельности на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях

2. *навыками применения* основных маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации продукта на основе корпоративной и социальной ответственности в корпоративных индустриях

Персональный брендинг в креативных индустриях

Цель дисциплины: является формирование у студентов целостной системы профессиональных компетенций в сфере современных коммуникативных технологиях формирования персонального бренда в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

- выявить коммуникативную структуру понимания персонального бренда в современной системе интегрированных коммуникаций в креативных индустриях;
- выработать понимание о структуре построения персонального бренда в креативных индустриях;
- освоить алгоритм формирования персонального бренда в креативных индустриях;
- определить основные коммуникативные технологии бренд-менеджмента личности;
- разработать персональный бренд «под ключ», включая концепцию (содержания персонального бренда), бюджет и продвижение в креативных индустриях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. ряд специальных понятий по данному курсу по специфике построения персонального брендинга в креативных индустриях;
2. алгоритм создания, обработки и компоновки информации о персональном бренде в сервисном обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики
3. методы анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Уметь:

1. использовать ряд специальных понятий по данному курсу в будущей профессиональной деятельности по построению и продвижению персонального бренда в креативных индустриях;
2. выделять ключевые характеристики процессов создания, обработки и компоновки информации о персональном бренде при сервисном обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики
3. использовать и применять анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Владеть:

1. навыком анализа академической и прикладной литературы по построению персонального бренда в креативных индустриях при обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики
2. методами и инструментами анализа качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий в процессе функционирования органов управления корпорации

Авторское право креативных индустрий

Цель дисциплины: являются совершенствование знаний у обучающихся в области правового регулирования авторского права, выраженное в их способности использовать основы правовых знаний в различных сферах своей проектной деятельности.

Задачи дисциплины:

- овладение обучающимися основами в области правового регулирования интеллектуальной собственности;
- изучение принципов и норм авторского права;
- формирование у обучающихся правовой культуры, умения юридически грамотно применять нормы авторского права в своей будущей профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. законы, нормативные акты и правила их применения в различных сферах деятельности
2. источники нормативных актов и правил и законов
3. необходимый состав документации, нормы их составления при выполнении проектной документации к дизайн-проекту

Уметь:

1. грамотно пользоваться нормативными документами и законами
2. находить необходимую правовую информацию
3. выполнять проектную документацию дизайн-проекта

Владеть:

1. грамотно пользоваться нормативными документами и законами
2. навыками в поисках необходимой информации
3. знаниями по оформлению проектно-сметной документации по дизайн-проекту

Проектирование процесса оказания услуг

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций в процессе получения студентами комплексного представления о проектировании процесса оказания услуг, освоения методов проектирования процесса оказания услуг, выработки практических навыков расчета плановых показателей деятельности предприятий сервиса.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представление о проектировании процесса оказания услуг в креативных индустриях;
- определить особенности сервисного обслуживания клиентов с учетом специфики оказываемой услуги;
- овладеть методами и принципами проектирования процессов и их ресурсообеспечения в рамках конкретного вида услуг на основе информационных технологий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основы нормативно-правовой базы в сфере сервиса
2. Особенности операционной деятельности на предприятиях сервиса, а также специфику креативных проектов в России и за рубежом
3. Место и роль управления инновациями в общей системе управления предприятиями сервиса, роль и значение инноваций в малом бизнесе, их особенности

Уметь:

1. использовать организационно-управленческие инновации, связанные с новыми формами управления, видами услуг, более эффективными формами обслуживания сервиса
2. Внедрять информационно-технологические инновации, связанные с внедрением нового программного обеспечения, автоматизацией процессов
3. Применять современные инновационные технологии для создания конкурентоспособных услуг в сфере сервиса

Владеть:

1. навыками участия в разработке инновационных форм управления в соответствии с действующими нормативными документами
2. Навыками использования информационно-технологических инноваций, связанных с внедрением нового программного обеспечения, автоматизацией процессов, новых технических и технологических решений на предприятиях сервиса, интеллектуального права

3. Навыками участия в разработке инновационных решений при осуществлении сервисной деятельности

Лидерство и креативность в индустрии сервиса

Цель дисциплины: является формирование у студентов целостной системы профессиональных компетенций и практических навыков по лидерству и креативным решениям в профессиональной сфере сервисного обеспечения креативных индустрий.

Задачи дисциплины:

-- анализ теории и практики современного лидерства в индустрии туризма и гостеприимства;

–рассмотрение сущности, содержания и особенностей реализации креативности в индустрии сервиса;

–объяснить основные модели, философии и стилей лидерства, включая интерпретации, способствующие пониманию и практическому применению теорий лидерства в рамках практической деятельности управления коллективом;

–развить творческие и организаторские способности, деловые качества, а также умение вести себя в конфликтных ситуациях;

–изучение специфики и технологии реализации креативности в организации туристического бизнеса.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные креативные приемы лидерства в сервисном обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики

2. методы анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Уметь:

1. использовать лидерских потенциал в креативном сервисном обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики

2. использовать и применять анализ качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий

Владеть:

1. методами, практическими навыками реализации креативных решений в сервисном обеспечении мероприятий в индустриях креативной экономики

2. методами и инструментами анализа качества сервисных процедур из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий в процессе функционирования органов управления корпорации

Кризисный менеджмент

Цель дисциплины: даёт основные теоретические и практические навыки управления кризисами в условиях углубления реформирования экономики, а также усвоение основных категорий, понятий, терминов, и их классификации, позволяет самостоятельно анализировать и проводить диагностику банкротства предприятия при этом использовать зарубежный опыт антикризисного управления.

Важнейшими целями изучения дисциплины являются усвоение студентами основных понятий и категорий антикризисного менеджмента, теоретические и практические знания в области управления и развития форм и методов экономического управления деятельностью организации в период кризиса.

Задачи дисциплины:

–Изучить теоретические основы кризисного управления

–Научатся определять кризисные явления в корпоративных и личных коммуникациях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. особенности межличностного и межкультурного взаимодействия
2. особенности осуществления анализа кризисных обстоятельств

Уметь:

1. регулировать действия команды для достижения поставленных целей в кризисных обстоятельствах
2. осуществлять анализ качества сервисных процедур

Владеть:

1. способностью грамотно выражать свои мысли и мнения для регулирования деятельности команды
2. навыками принятия решений на основе анализа.

Интермедиальность художественного произведения

Цель дисциплины: изучение феномена интермедиальности и его различных проявлений, таких, как взаимодействие литературы с другими видами искусства (живопись, музыка, кино, фотография).

Задачи дисциплины:

- Изучение различных концепций интермедиальности;
- Исследование способов взаимодействия литературы с другими видами искусства на разных уровнях текста;
- Освоение методики интермедиального анализа

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. основные теории интермедиальности и взаимодействия искусств;
2. подходы и функции интермедиальности в современной культуре

Уметь:

1. анализировать произведения искусства с точки зрения взаимодействия искусств;
2. выявлять и анализировать интермедиальные явления в произведениях искусства

Владеть:

1. методами интермедиального анализа;
2. навыками анализа современных явлений искусства с точки зрения интермедиальности.

Медиаэкология и современное информационное пространство

Цель дисциплины: познакомить студентов с ключевыми подходами взаимодействия с современной медиасредой в условиях цифровизации, а также сформировать компетенции по безопасному применению медиатехнологий.

Задачи дисциплины:

- Изучение подходов к медиаэкологии.
- Формирование навыков эффективного общения и практической работы в медиасреде.
- Развитие медиакомпетентности и формирование навыков критического и системного анализа медиатекста.
- Изучение способов медиавоздействия на общество и общественное мнение.
- Овладение навыками поиска наиболее оптимальных моделей, которые позволяют эффективно использовать медиатехнологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. историю и принципы основных мировых философских течений;
2. ключевые составляющие медийной и информационной грамотности;

3. о факторах влияния на информацию: шум, троллинг и их угрозы;
4. о способах противодействия фейкньюз и дезинформации;
5. критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт;
6. этические требования, предъявляемые к работе в пространстве медиа

Уметь:

1. разграничивать понятия новой информационной парадигмы;
2. работать со сложным комплексом информационных каналов и ресурсов, во всем их разнообразии и взаимодействии;
3. применять на практике правила фактчекинга;
4. ориентироваться в мировых тенденциях развития медиасреды, критически подходить к восприятию информации, выявлять приемы медиавоздействия и применять технологии проверки достоверности информации (фактчекинга);
5. анализировать область и тему при создании корректного медиапродукта

Владеть:

1. основами системного мышления; навыками безопасного поведения в медиaprостранстве;
2. эффективными технологиями сбора информации, ее проверки и анализа, быть осведомленным в области современных медиатехнологий;
3. методами анализа медиапродуктов; методиками атрибутирования медиатекстов;
4. терминологией в области социологии, философии, этики для грамотного представления медиапродукта.

Работа со спонсорами в проектах гуманитарной сферы

Цель дисциплины: формирование у обучающихся знаний теоретических аспектов спонсорских коммуникаций и формирование у них практических навыков разработки спонсорских пакетов, их активации и построения эффективных отношений со спонсорами.

Задачи дисциплины:

- анализ современных концепций спонсорства, обобщенный и систематизированный опыт спонсорских коммуникаций компаний разных отраслей и рынков (модель OPOSA и др.);
- использование эффективных методик построения отношений со спонсорами и поиска креативных форм коммуникаций;
- формирование умений и навыков, позволяющих реализовать предложения для спонсоров проектов в гуманитарной сфере

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. сущность, функции и задачи спонсорства проектов в гуманитарной сфере;

Уметь:

1. формировать предложения для спонсоров проектов в гуманитарной сфере;
2. находить потенциальных спонсоров, проводить переговоры и заключать соглашения о партнерстве;

Владеть:

1. навыками использования инструментов активации спонсорства и оценивать его эффективность.

Цифровая культура: мир и человек в новой реальности

Цель дисциплины: изучить трансформации культурного пространства в эпоху распространения цифровых технологий.

Задачи дисциплины:

- обосновать значение цифровых технологий как фактора, радикально меняющего современное культурное пространство;
- определить стратегии исследования культурных практик в цифровых средах;
- дать характеристику культурной коммуникации в пространстве новых медиа;
- сформировать представление о новых взаимоотношениях между телесностью и идентичностью в современной цифровой культуре;
- выявить ключевые теоретические подходы к анализу технологических сред;
- изучить художественные репрезентации цифровой культуры.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

1. широкий спектр областей культуры, переживающих интенсивные трансформации под влиянием развития цифровых технологий;
2. специфику цифровой среды в системе современных мультикультурных взаимодействий

Уметь:

1. самостоятельно анализировать и оценивать широкий спектр феноменов цифровой культуры в современном социокультурном пространстве;
2. применять современные методы, позволяющие выстраивать профессиональное взаимодействие в мультикультурной среде при решении исследовательских и проектных задач разного уровня

Владеть:

1. основными методами анализа явлений и артефактов цифровой культуры;
2. навыками организации профессионального взаимодействия в междисциплинарных исследованиях и в разработке социокультурных проектов и программ в мультикультурной среде.