

Автономная некоммерческая организация
высшего образования

«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ В МОСКВЕ»

Кафедра прикладной культурологии и социокультурного менеджмента

ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ:

Подготовка и сдача государственного экзамена

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ:

42.06.01 – «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

Направленность программы: «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)»

Уровень подготовки кадров высшей квалификации:

«Исследователь. Преподаватель-исследователь»

Форма обучения:

очная, заочная

Утверждено:

Дата 27 апреля 2017г.

Проректор по учебно-методической и научной работе



(подпись)

Решетова Т.Я. /

(фамилия, инициалы)

Москва - 2017

Составитель:

Хангельдиева Ирина Георгиевна доктор философских наук, профессор
Зав. кафедрой ПКиСМ

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.06.01-«Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 июля 2014 г. N 901.

1. Организационно-методический раздел

1.1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации: подготовка и сдача государственного экзамена

Цель – определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре по направлению подготовки кадров высшей квалификации 42.06.01 – «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» направленность программы: «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)» в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.06.01 – «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Основными **задачами** государственной итоговой аттестации: подготовка и сдача государственного экзамена являются: проверка соответствия выпускника требованиям ФГОС ВО и определение уровня выполнения задач, поставленных в образовательной программе ВО, оценка уровня сформированности у выпускника необходимых компетенций, степени владения выпускником теоретическими знаниями, практическими навыками и умениями в профессиональной области.

1.2. Место государственной итоговой аттестации: подготовка и сдача государственного экзамена в структуре освоения ООП аспирантуры

Государственная итоговая аттестация: подготовка и сдача государственного экзамена является обязательной составляющей ООП ВО для аспиранта. Она занимает ведущее место в контроле освоенных аспирантом за период обучения компетенций, необходимых для осознанного и самостоятельного построения и реализации перспектив своего развития и карьерного роста.

К подготовке и сдаче государственного экзамена допускаются обучающиеся, в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре по направлению подготовки кадров высшей квалификации.

1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате государственной итоговой аттестации: подготовка и сдача государственного экзамена

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу аспирантуры по направлению подготовки 42.06.01 – «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» Профиль: «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)», включает средства массовой информации (газеты, журналы, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ), другие средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью), книгоиздательства и информационно-библиотечные системы, а также исследовательские и образовательные организации в данной сфере.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу аспирантуры, являются различные типы информации, отражающие практики, связанные с функционированием средств массовой информации, других средств массовой коммуникации, книгоиздательств и информационно-библиотечных систем, и результата научных исследований в выбранной сфере.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу аспирантуры: научно-исследовательская деятельность в области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела; преподавательская деятельность по образовательным программам высшего образования. Программа аспирантуры направлена на освоение всех видов профессиональной деятельности, к которым готовится выпускник.

В результате освоения программы аспирантуры у выпускника должны быть сформированы:

универсальные компетенции, не зависящие от конкретного направления подготовки; общепрофессиональные компетенции, определяемые направлением подготовки;

профессиональные компетенции, определяемые направленностью (профилем) программы аспирантуры в рамках направления подготовки (далее - направленность программы).

Выпускник, освоивший программу аспирантуры по направлению подготовки 42.06.01 – «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» Профиль: «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)», должен обладать следующими универсальными компетенциями:

способностью к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1);

-способностью проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки (УК-2);

-готовностью участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3);

-готовностью использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках (УК-4);

-способностью планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития (УК-5).

Выпускник, освоивший программу аспирантуры по направлению подготовки 42.06.01 – «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» Профиль: «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)», должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

-способностью самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий (ОПК-1);

-готовностью к преподавательской деятельности по основным образовательным программам высшего образования (ОПК-2).

Выпускник, освоивший программу аспирантуры направления подготовки 42.06.01 – «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» Профиль: «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)», должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

- готовность использовать достижения современного научного знания в исследованиях, ориентированных на анализ рынка масс-медиа (ПК-1);

- способность ставить исследовательские цели и задачи, выбирать адекватные научные методы их достижения, ориентированные на современные средства массовой коммуникации (ПК-2);

- готовность к разработке научно-методических материалов по внедрению в коммуникационную сферу инновационных технологий, включая новые медиа, и

применению технологий фандрейзинга, краудфандинга, эндаумента в социально-культурной сфере (ПК-3).

2. Содержание программы государственного экзамена

2.1. Основные темы государственного экзамена

Государственный экзамен аспиранта по направлению подготовки 42.06.01 – «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» включают вопросы по следующим разделам:

методология науки и научных исследований,
психология и педагогика высшей школы,
специальные дисциплины.

Раздел Методология науки и научных исследований

Тема 1. Методологические основания научного познания

Понятие методологии в системе философских знаний. История развития методологии и логики науки. Цель и задачи научного познания. Критерии научности. Проблема истины в научном познании.

Формы научного знания. Вопрос, проблема, гипотеза, теория, концепция. Представление о парадигмах в науке. Социально-гуманитарные и естественно-научные подходы к исследованию. Язык научного знания. Классификация методов научного исследования. Эмпирический и теоретический уровни познания.

Тема 2. Научное исследование как разновидность творческой деятельности

Виды научных исследований. Научные открытия в теории и практике. Результаты научно-теоретической и практической деятельности.

Публичная репрезентация научной деятельности. Участие в научных конференциях, симпозиумах. Логические правила аргументации и ведения дискуссии. Способы опровержения доводов оппонента. Правила публичного выступления с научным докладом. Заочное участие в научных конференциях. Публикация тезисов доклада, выступлений, научной статьи. Депонирование научной разработки. Монография, учебник, учебное пособие, методические рекомендации и программы учебных курсов. Соавторство. Учет объема опубликованных работ.

Виды и характер диссертаций: рукопись, научный доклад, опубликованная монография, опубликованный учебник. Методический замысел исследования и его основные этапы. Принципы планирования работы над диссертацией. Структура и общее содержание этапов исследовательского процесса. Стилистика диссертационной работы.

Тема 3. Структура научного знания

Научное знание как сложная развивающаяся система. Многообразие типов научного знания. Эмпирический и теоретический уровни, критерии их различения. Особенности эмпирического и теоретического языка науки.

Структура эмпирического знания. Эксперимент и наблюдение. Случайные и систематические наблюдения. Применение естественных объектов в функции приборов в систематическом наблюдении. Данные наблюдения как тип эмпирического знания. Эмпирические зависимости и эмпирические факты. Процедуры формирования факта. Проблема теоретической нагруженности факта.

Структуры теоретического знания. Первичные теоретические модели и законы. Развитая теория. Теоретические модели как элемент внутренней организации теории. Ограниченность гипотетико-дедуктивной концепции теоретических знаний. Роль конструктивных методов в дедуктивном развертывании теории. Развертывание теории как процесса решения задач. Парадигмальные образцы решения задач в составе теории.

Проблемы генезиса образцов. Математизация теоретического знания. Виды интерпретации математического аппарата теории.

Тема 4. Организация научного исследования

Выбор области научного исследования. Библиографический поиск литературных источников по проблеме исследования. Анализ степени разработанности проблемы. Чтение научной литературы. Правила формулировки темы исследования.

Информационные ресурсы. Работа в библиотеках с тематическими каталогами. Особенности использования интернет-ресурсов. Конспективное изложение материала научных исследований: анализ монографий, статей, справочников, нормативных документов и пр. Отбор и оценка фактического материала.

Составление плана и содержания диссертационной работы. Виды планов и необходимая рубрикация текста. Принципы составления плана.

Типичные ошибки на предварительном этапе и способы их преодоления.

Работа над рукописью диссертации в черновом варианте. Композиция диссертационной работы в соответствии с ее основным содержанием. Возможность корректировки плана в ходе основного этапа исследования.

Последовательность изложения содержания темы диссертации: прямой, обратный и смешанный порядок написания основных глав работы. Логическая структура параграфа и главы диссертационного исследования. Необходимость выводов и логических связей.

Особенности работы над введением и заключением к работе. Соответствие задач и выводов в исследовании. Перспективы развития научной темы исследования.

Требования к оформлению рукописи диссертации. Титульный лист, лист содержания работы. Соблюдение ГОСТа при цитировании, ссылках и составлении списка литературы. Представление табличного материала. Применение графиков, формул, написание символов и пр. Составление приложений и примечаний. Требования к печатанию рукописи.

Работа над авторефератом. Методика изложения содержания диссертации в автореферате и стилистика работы. Рубрикация текста автореферата. Правила оформления, печать и объем работы. Тиражирование и рассылка.

Соблюдение структуры автореферата: требования к написанию важнейших разделов работы, описание ее основного содержания, публикации, отражающие основные положения диссертации.

Доказательство актуальности и новизны темы исследования как важнейшие принципы диссертации. Выявление степени научной разработанности темы в свете проблемы диссертации. Особенности выделения объекта и предмета исследования. Последовательность формулировки цели и задач. Методологические и теоретические основы диссертации. Методы исследования. Соответствие тезисов, выносимых на защиту, содержанию диссертации, ее цели и задачам. Практическая значимость исследования. Апробация результатов исследования.

Структура основного содержания работы, представленная в автореферате. Четкость и обоснованность выводов по главам работы. Формулировка определений ключевых терминов. Последовательность в аргументации основной идеи параграфа, главы.

Требования к оформлению публикаций, отражающих основные положения диссертации, в автореферате.

Обсуждение диссертации по месту ее выполнения. Подготовка выступления. Анализ рецензии и работа над замечаниями.

Порядок представления диссертации в диссертационный совет.

Подготовка соискателя к процедуре защиты. Составление речи. Психологическое состояние и рабочий настрой. Этика публичного выступления и дискуссии с оппонентами. Ответы на вопросы. Защита диссертации: основные моменты и правила. Заключительное слово.

Оформление документов после защиты диссертации: необходимый перечень.

Раздел Психология и педагогика высшей школы

Тема 1. Педагогические и психологические основы обучения процесса подготовки аспирантов, его специфика и особенности

Требования к личности преподавателя. Специфика обучения в вузе. Подготовка к обучению в высшей школе. Различия и сходство в учебной деятельности школьников и аспирантов. Профессионально-социальные установки и ценностных ориентаций в процессе обучения в вузе. Сходство и различие в преподавательской работе учителя средней школы и преподавателя вуза. Функционально-ролевые ожидания аспирантов в образовательном учреждении.

Тема 2. Гуманистическое обучение и воспитание – основа личностно-ориентированного подхода к обучению аспирантов

К. Роджерс – основатель обучения и воспитания, центрированного на ребенка. Особенности традиционного подхода в обучении и личностно-ориентированного гуманистического подхода. Условия обеспечения гуманистического обучения и воспитания. Основные задачи учителя-фасилитатора. Принципы работы учителя-фасилитатора. Основные методологические подходы гуманистического обучения. Причины сопротивления внедрения идей гуманизации обучения в школе и вузе.

Тема 3. Система взаимоотношений между преподавателями и аспирантами

Виды педагогических ситуаций и межличностных конфликтов. Трудности в организации педагогического взаимодействия в вузе. Особенности обучения аспирантов первого и последнего курсов. Моделирование конфликтных ситуаций и пути их разрешения. Методика, позволяющая выявить преобладающий тип отношения к людям в самооценке и взаимооценке. Стили родительского поведения: авторитарный, авторитетный, либеральный, индифферентный. Воздействие стилей родительского поведения на детей. Оказание поддержки и помощи детям со стороны родителей в трудных ситуациях. Методика, позволяющая определить уровень взаимоотношений в семье, - «опросник социализации для школьников Моя семья». Методики, позволяющие определить стиль родительского поведения в семье: «Опросник «Ваш стиль воспитания», «Опросник для родителей», «Присутствует ли в Вашей семье авторитарный стиль общения». Эмоциональные связи и привязанности ребенка закладываются в раннем возрасте и прежде всего в семье. Позиция родителей по отношению к детям - основа будущих отношений ребенка с другими людьми.

Тема 4. Мотивация учебной деятельности у аспирантов

Мотивация и ее значение в обучении. Внутренние и внешние мотивы учебной деятельности. Классификация мотивов учения. Диагностика мотивации учения с помощью методик: «Оценка учебной мотивации», «Направленность на приобретение знаний», «Направленность на результат». Возрастные эталоны развития мотивации учения у обучающихся. Приемы формирования мотивации учения. Положительное отношение к учению, высокий уровень учебной мотивации – необходимые условия успешного обучения.

Тема 5. Социальная адаптация аспирантов к работе в студенческой среде

Взаимодействие подростка со сверстниками. Критерии выбора друзей. Проблемы в общении у подростков. Самоутверждение подростков – основная психологическая проблема. Методы познания подростков и их отношений к сверстникам: «Изучение самооценки личности подростка», «Тест школьной тревожности Филипса», «Тест Басса-Дарки», «Опросник для определения застенчивости у подростков», «Методика определения привлекательности для школьника группы одноклассников». Основные особенности аспирантов, их выход «на качественно новую социальную позицию, в которой реально формируется его сознательное отношение к себе как к члену общества.

Понятие психологического климата коллектива и его характеристика. Методика «Определение психологического климата в коллективе». Методика К.Н. Томаса,

позволяющая определить типичные способы реагирования личности в конфликтной ситуации и выявить степень склонности к соперничеству, сотрудничеству, компромиссу, избеганию или приспособлению к конфликту. Качества, необходимые директору для успешного руководства педагогическим коллективом. Основопологающие качества директора школы. Методика «Эффективность лидерства». Важнейшее качество руководителя - умение осуществлять деловое общение, которое строиться вне эмоциональных оценок, симпатий и антипатий.

Тема 6. Методы и формы обучения в вузе. Формы и методы обучения и воспитания

Организационные формы обучения. Методы обучения. Классификация методов обучения. Выбор метода обучения и воспитания. Система форм и методов воспитания. Воспитательные системы. Педагогическое взаимодействие в воспитании. Коллектив как объект и субъект воспитания.

Раздел «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)»

Реклама и PR : теория и практика

Тема 1 . Коммуникационный менеджмент. Коммуникации в управлении

Понятие, сущность, цели и задачи коммуникационного менеджмента. Классификационные признаки коммуникационного менеджмента. Разновидности сфер деятельности коммуникационного менеджмента.

Тема 2. Разновидности сфер деятельности коммуникационного менеджмента

Роль коммуникаций в налаживании общественных отношений. Виды отношений и связей в обществе.

Тема 3. Коммуникационные сети. Проектирование коммуникаций.

Коммуникация и менеджмент

Понятие общественность и общественные отношения. Закрытая и открытая системы общественности. Общественные отношения как процесс обмена материальными, духовными и другими ценностями. Носители общественных отношений. Факторы влияния на общественное мнение.

Тема 4. Стратегии коммуникационного менеджмента.

Основные направления стратеги коммуникационного менеджмента: анализ сферы деятельности, оценка хозяйственного состояния предприятия/организации, фактический уровень, репутационная основа, сильные и слабые стороны. Формулировка и выбор стратегий.

Тема 5. Этические и правовые нормы PR-деятельности в сфере общественных отношений

Этические аспекты деятельности PR-менеджеров и PR-специалистов. Этические и правовые нормы PR-деятельности в сфере общественных отношений. Международные кодексы. Кодекс IPRA. Российский Кодекс PR (РАСО)

Тема 6. PUBLIC RELATIONS как научно-прикладная дисциплина и сфера управленческой деятельности

Роль коммуникаций в налаживании общественных отношений. Виды отношений и связей в обществе. Понятие общественность и общественные отношения. Закрытая и открытая системы общественности. Общественные отношения как процесс обмена материальными, духовными и другими ценностями. Носители общественных отношений. Факторы влияния на общественное мнение.

Тема 7. Содержание социально-культурной деятельности

СКД: цели, средства функции и сферы деятельности в коммуникативном пространстве. Особенности связей с общественностью на разных уровнях организационной среды: сверхдальняя (мультинациональная) организационная среда

(международные связи), дальняя организационная среда (макро-); средняя организационная среда (мезо-); внутренняя среда организации (микро-).

Тема 8. PR-кампания: стратегия и тактика и технологические операции

Стратегия PR-кампании. Основные направления стратегии PR-кампании: анализ сферы деятельности, оценка хозяйственного состояния предприятия/организации, фактический уровень, репутационная основа, сильные и слабые стороны. Формулировка стратегий.

Разновидности PR-кампании: по уровню управления (корпоративные, отдельного предприятия, проекта, задачи, ситуации, лидера); по временному признаку (перспективные, среднесрочные, годовые); по типу (операциональные, тактические, стратегические, нормативные/бюджетные); по виду предметной деятельности, осуществляющей PR-кампанию (финансирование, инвестирование, производство, политика, услуги и пр.); по составу участвующих субъектов (традиционные, партисипативные); по видам бюджетирования (основной вид, операционный и финансовый, инвестиционный, роллинг-бюджет) и пр.

Тема 9. Массовые коммуникации.

Массовые коммуникации как важнейший социокультурный политический и экономический институт современного общества.

Тема 10. Media Relations. PR-кампания по налаживанию отношений со СМИ как важнейшая составная часть отношений с общественностью.

Media Relations. PR-кампания по налаживанию отношений со СМИ как важнейшая составная часть отношений с общественностью. Этапы налаживания взаимодействия со СМИ. Медиаплатформы и характер медийных посланий.

Технологические операции Media Relations : исследование, программирование, включающее анализ проблем, определение целей, выявление PR-аудитории; планирование мероприятий и PR-акций; установление системы распространения информации; организация специальных событий.

Тема 11. Прикладные аспекты в организации и проведении различных PR – кампаний. INYEST RELATIONS

INYEST RELATIONS. Понятие инвестиционная политика. Основные группы финансового сообщества (инвестиционные аналитики, инвестиционные и частные инвесторы, влиятельные представители финансовых кругов и т.д.) и их характеристика. PR как механизм налаживания отношений с инвесторами. Принципы успешного ведения коммуникации с инвесторами. Источники информации об инвесторах. СМИ как участники инвестиционной политики.

Тема 12 Реклама как разновидность коммуникации.

Рекламные кампании. Коммуникативные стратегии создания смысла рекламируемого объекта. Функциональные составляющие рекламной стратегии. Направления маркетингового анализа для разработки рекламной стратегии. Построение целей и задач рекламы в зависимости от: стратегии маркетинга; стадий поведения адресата рекламы; типов потребительского поведения; учета групп факторов, оказывающих непосредственное влияние на выбор целей рекламы. Роль стратегии позиционирования, УТП (уникального торгового предложения), "неопровержимых фактов" и пр. в разработке идеи рекламной кампании.

Тема 13. Рекламные стратегии. Направления маркетингового анализа для разработки рекламной стратегии.

Коммуникативные стратегии создания смысла рекламируемого объекта. Функциональные составляющие рекламной стратегии. Маркетинговые стратегии. Конкурентная стратегия

Тема 14. Социально-психологический базис рекламного процесса. Логика, ход и развитие рекламной кампании в зависимости от фаз жизненного цикла товара/услуги

Рекламная кампания как составляющая успеха рекламного процесса. Участники рекламного процесса. Стадии рекламного процесса. Маркетинг - составляющая рекламного процесса. Маркетинговая среда рекламного процесса. Социально-психологический базис рекламного процесса. Логика, ход и развитие рекламной кампании в зависимости от фаз жизненного цикла товара/услуги

Тема 15. Бренд-менеджмент как механизм проектирование коммуникации

Бренд и брендинг: основные понятия и их отличительные черты. Базовая концепция брендинга. Брендинг как концепция долгосрочного предпочтения (к организации товару, компании). Бренд-билдинг.

Тема 16. Слагаемые брендинга и их характеристики. Западная и восточная модели управления брендингом.

Бренд. Брендинг. Архитектура бренда. Слагаемые брендинга и их характеристики. Западная и восточная модели управления брендингом.

Тема 17. Имиджмейкинг. Имидж в структуре организации

Имиджелогия как теория естественных иерархий. Понятие «имидж». Типология имиджа. Природа корпоративного имиджа. Неантонимичность позитивного и негативного имиджа организации.

Тема 18. Организационная культура. Влияние фирменной культуры на организационную эффективность.

Организационная культура. Влияние фирменной культуры на организационную эффективность. Управление организационной культурой. Фирменный стиль как трансформирующие образы организационной культуры.

Прикладная культурология: Предпринимательство в культуре

Тема 1. Культура и искусство в условиях перехода российской экономики к рыночным отношениям.

Художественно-эстетическая и экономическая ценность искусства. Искусство как специфический товар/услуга. Искусство - предмет символического обмена. Искусство - «наиболее древняя» и «наиболее буквальная форма частного предпринимательства» (И. Бродский). "У свободного рынка нет идеологической задачи убить Моцарта" (Э. Неизвестный). Неоднозначность позиций в отношении процесса коммерциализации социокультурной сферы в России. Противоречивость организационно-управленческих процессов в области. Проблема двоевластия в творческих коллективах. Искусство – специфическая форма профессиональной деятельности. "Не продается вдохновение, но можно рукопись продать" (А. С. Пушкин). Соотношение коммерческого и некоммерческого в культуре и искусстве. Предпринимательство как способ поддержки некоммерческого сектора в культуре и искусстве.

Тема 2. Основные проблемы современной российской культуры.

Культурная политика как реальный феномен и теоретическое понятие. Основные типы культурной политики. Структура культурной политики: концептуальный пласт, принципы финансирования, законодательная база и кадровый вопрос.

Тема 3. Культура и бизнес: общее и особенное, пути взаимодействия.

Бизнес - прагматичен, рационален, материально ориентирован, прибылен. Культура – прагматически незаинтересованная сфера человеческой деятельности, затратна, направлена на удовлетворение духовных потребностей.

Тема 4. Бизнес - культуре: модели и технологии управления.

Определяющая роль менеджмента, маркетинга, ПР и рекламы в развитии культуры в условиях рынка. Артдилер, артменеджер, продюсер, импресарио - коммерсанты от искусства: "Искусство превращается в крупный бизнес... Звон долларов - не лучший аккомпанемент для бессмертных творений гения. Но, как видно, другого механизма развития искусства в свободном мире не существует" (Э. Неизвестный). Ассимиляции различных модификаций управленческих технологий в сфере культуры и

искусства. Изменение организационных структур и аудит приоритетов. Адаптация коммуникационных технологий управления и продвижения в сфере культуры и искусства. «Болезнь издержек» - закон У. Боуэна и У. Баумоля. Проблема многоканального финансирования учреждений, организаций и проектов культуры и искусства. Спонсорство как коммерческая деятельность по продвижению товаров и услуг, технология «захвата» рынка. Спонсорство в развитых странах - коммерческая деятельность, не подлежащая налогообложению. Корпоративная филантропия – технология улучшение имиджа и репутации. Спонсорство как инвестиция в будущее компаний в отличие от вложений в прямую рекламу.

Тема 5. Культура - бизнесу: иной стиль и образ жизни, неординарность и креативность мышления

Культура – бизнесу: иной стиль и образ жизни, неординарность и креативность мышления, нестандартность решений, возвышение имиджа и укрепление репутации, способность облагораживать непривлекательные, но продуктивные сферы бизнеса. Фандрейзинг. Соотношение спонсорства, благотворительности и меценатства. «Давать деньги – дело нетрудное и по силам каждому. Но решить, кому их дать и сколько, и когда, и на какие цели, и как, – задача нелегкая и не каждому по плечу». (Аристотель). Дж. Сорос: «Удочка - важнее рыбы». Положительный опыт западных стран: США, Великобритании, Франции, Австрии, Италии. Позиция западного бизнеса: «Поддерживая искусство, Вы помогаете своему бизнесу». Вопросы социальной ответственности бизнеса и развитие социокультурных проектов. Фандрейзинг в России. Фандрейзер – специфическая профессия. Востребованность фандрейзеров в мире и особенно в России.

Тема 6. Феномен креативной экономики

Объективные причины возникновения креативной экономики. Понятие творческой экономики. «Творческая экономика – это в первую очередь люди; и развитие творческих индустрий – своего рода человеческая алхимия» (Э. Мак-Илрой). Исторические предпосылки творческой экономики.

Тема 7. Креативный класс - уникальное социальное явление рубежа тысячелетий.

Понятие креативности. Ключевые атрибутивные характеристики креативного класса: *технологии, талант, толерантность*. Восемь индексов качества креативного класса:

1. индекс высоких технологий
2. индекс инноваций
3. гей-индекс
4. индекс богемы
5. индекс таланта
6. индекс плавильного котла
7. совокупный индекс разнообразия
8. индекс креативности.

«Оставьте себе налоговые льготы и транспортные магистрали, нам нужны креативные специалисты. Профессионально-креативный индивидуал может оцениваться выше, чем группа людей корпорации» (Генеральный директор Hewlett Packard). Креативный класс и его ядро.

Творческие индустрии – явление, возникшее в пограничной зоне, на перекрестке креативного и индустриального начал. *Творческий продукт* – реальный результат творческих индустрий. Определение творческого продукта как *новой значимой формы*. Родство творческого продукта с выразительной формой искусства.

Тема 8. Творческие кластеры – частный случай развития творческих индустрий

Сквоты как предтеча творческих кластеров. Классификация творческих кластеров: по профилю деятельности, по форме собственности, по отношению к производству, по структурообразующему элементу. Социокультурные функции творческих кластеров:

— преобразующая (освоение «отработанных» индустриальных пространств, придание им второго дыхания, их санация и превращение в востребованные, дорогостоящие престижные кварталы городов)

— «продюсерская» (продвижение территорий как некоего уникального продукта)

— репродуктивная (создание новых рабочих мест)

— креативно-реализующая (создание условий для реализации новых неординарных идей)

— интегративная (объединение ресурсов в процессе кооперации деятельности)

— коммуникационная (создание новых площадок для общения по интересам).

Поддержка творческих кластеров в Великобритании как часть культурной политики государства. Российская версия творческих кластеров. Характеристика пяти московских кластеров: Центр Дизайна [ARTPLAY](#), АРТ-Стрелка, [ПРОЕКТ ФАБРИКА](#), [завода «АРМА»](#), [«Винзавод»](#), Красная горка, Красная роза, Флаконт, завод Кристалл... Музей якутского мамонта. Творческий потенциал – стратегический ресурс развития общества.

Технологии: фандрейзинг, краудфандинг, эндаумент

Тема 1. Политика государства в области развития спонсорства и благотворительности.

Специфика государственной политики к спонсорству и благотворительности в разрезе российской политической и экономической ситуации. Ключевые вопросы взаимодействия некоммерческого сектора и бизнеса. Основные субъекты культурной политики, заинтересованные в сотрудничестве бизнес сектора и сферы культуры: государство, бизнес, культура, СМИ, экономическое сообщество. Законодательные и налоговые рычаги для бизнеса, оказывающего спонсорскую поддержку.

Особенность корпоративного фандрейзинга. Модели и практики спонсорства, ориентированного на задачи бизнеса и/или традицию. Критерии поддержки социально-культурного проекта бизнес сектором и мотивы сотрудничества. Этические аспекты фандрейзинговой деятельности. Кодекс фандрейзера. Профессионально-этические.

Тема 2. Философия фандрейзинга.

Сущность корпоративного фандрейзинга.

Понятие «фандрейзинг». Цели и задачи фандрейзинговой деятельности. Фандрейзинг как часть общественного процесса. Стандарты фандрейзинговой деятельности.

Тема 3. Особенности фандрейзинга и спонсоринга в России.

Фандрейзинг как бизнес-технология. Спонсорская активность корпоративного сектора: опыт последних лет. Варианты системы налогообложения в РФ и их влияние на организацию

Источники поступления денежных средств в социокультурный проект: спонсорство, гранты, собственные средства, средства фондов, патронаж и меценатство, пожертвования от частного лица, корпорации или фонда. Смешанное или многоканальное финансирование. Субсидии как источник финансирования.

Тема 4. Характеристика источников привлечения финансовых средств в некоммерческий сектор. Классификация фондов. Принципы классификации фандрейзинга.

Основные источники привлечения финансовых средств:

- государственный сектор,
- корпоративный сектор,
- фонды,

- индивидуальные пожертвования и др.

Классификация фондов.

Классификация фандрейзинга: по целям финансирования; источникам привлеченных средств; особенностям и технологиям; временным параметрам и пр.

Тема 5. Этапы фандрейзинговой работы.

Планирование фандрейзинговой деятельности, исследование и анализ, практика ходатайства или разработка проектов обращения к донорам, непосредственная работа с потенциальными донорами: первичное обращение, переписка, переговоры, контроль за поступлением средств на счет организации, обеспечение обязательств перед донорами: соблюдение договоренностей/условий выделения средств.

Тема 6. Принципы классификации спонсорства. Характеристика спонсорской активности корпоративного сектора в России.

Спонсорство как основной источник корпоративного фандрейзинга. Виды спонсорской деятельности. Про-активное и ре-активное спонсорство. Спонсорская активность. Факторы, влияющие на спонсорскую активность. Смешанное спонсорство. Основные аргументы преимуществ спонсорской деятельности

Классификация спонсорства:

- по целям,
- по видам вклада,
- по долгосрочности сотрудничества.

Тема 7. Формы работы со спонсорами. Приемы привлечения корпоративных спонсоров.

Практика ходатайства. Переговорный процесс.

Этапы переговорного процесса.

Тема 8. Формирование пакета документов для потенциальных спонсоров.

Написание писем и составление спонсорских пакетов для потенциальных доноров.

Тема 9. История возникновения краудфандинга.

Американская компания [ArtistShare](#) (2000/2001) - первый краудфандинговый сайт для музыки. Появление в дальнейшем подобных сайтов - [Sellaband](#) (2006), [SliceThePie](#) (2007), [Hyper Funding](#) (2008), [IndieGoGo](#) (2008), [Pledge Music](#) (2009), [Kickstarter](#) (2009), [RocketHub](#) (2009), [FundaGeek](#) (2011), и в Великобритании [Sponsume](#) (2010), [PleaseFund.Us](#) (2011), [Authr.com](#) (2012) и [OnSetStart](#) (2012).^[4]

В 2002 году технологии краудфандинга в киноиндустрии; основатель - предприниматель Эрик Бауман ([FilmVenture.com](#)). Через два года – 2004г.- французский предприниматель и продюсер Бенджамин Поммерауд и [Гийом Колбок](#) из компании [Guillaume Colboc](#) начали кампанию по сбору пожертвований через [Интернет](#) для фильма *Demain la Veille* («Ожидание вчера») и т.д.

Тема 10. Философия краудфандинга. Краудфандинг – как технология коллективного финансирования благотворительных и коммерческих проектов.

Понятие «краудфандинга». Цели и задачи краудфандинговой деятельности. Краудфандинг как часть общественного процесса. Критерии поддержки социально-культурных проектов с помощью краудфандинга.

Этические аспекты краудфандинговой деятельности. Зарубежный опыт краудфандинга.

Краудфандинг (народное финансирование, от англ. crowdfunding, *crowd* — «толпа», *funding* — «финансирование») — коллективное сотрудничество людей, добровольно объединяющих свои средства или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, с целью поддержания усилий других людей или организаций в реализации социально-значимых проектов.

Тема 11. Этапы краудфандинга. Планирование краудфандинговой деятельности, исследование и анализ.

Разработка проектов обращения к общественности через веб-сервисы, контроль за поступлением средств.

Тема 12. Применение технологий краудфандинга в политической сфере в США.

С 2000 года краудфандинг широко используется в США для сбора средств через Интернет на политические цели.

Платформа Kickstarter – специфика функционирования.

Тема 13. Успешные краудфандинговые платформы в России.

Использование краудфандинговых платформ по реализации социальных проектов:

- Planeta.ru
- Bumstarter
- С миру по нитке
- Электронный благотворительный ящик
- Мой учитель

Тема 14. Краудсорсинг — как способ поддержания проекта с помощью ресурсов, а не финансовых средств.

Характеристика источников привлечения ресурсов. Основные источники привлечения ресурсов:

- государственный сектор,
- корпоративный сектор,
- фонды,
- индивидуальные пожертвования и др.

Тема 15. Эндаумент фонды или фонды целевого капитала.

Определение понятия «эндаумент-фонд» и «целевой капитал». Принципы их функционирования эндаумент-фондов.

Тема 16. Понятие целевого капитала.

Определение понятия «целевой капитал». Основные требования по формированию целевого капитала.

Тема 17. Модели управления целевым капиталом.

«Внутренняя» и «внешняя» модели управления целевым капиталом.

Тема 18. Основные этапы управления целевым капиталом.

Характеристика основных этапов управления целевым капиталом. Подготовительный этап. Этап формирования целевого капитала. Этап доверительного управления целевым капиталом. Расформирование целевого капитала.

2.2. Примерный перечень вопросов к государственному экзамену

Раздел 1. Методология науки и научных исследований

1. Методология науки в системе философских знаний. Формы научного знания
2. Цель и задачи публичной репрезентации научной деятельности.
3. Диссертация как разновидность научной деятельности. Взаимосвязь темы и области научного исследования.
4. Организация работы с источниками по теме исследования.
5. Композиция и логическая структура диссертации. Особенности работы над введением и заключением к диссертационному исследованию.
6. Общая характеристика автореферата диссертации и его структура.
7. Наука как вид познавательной деятельности. Структура научной деятельности.
8. Критерии научности знания. Уровни научного знания и критерии их различения.
9. Проблема оснований науки. Структура оснований науки.
10. Логические основания научного познания. Развитие логики классической науки.
11. Характер логики неклассической и постнеклассической науки.
12. Понятие метода и методологии науки.

13. Методология доклассической науки.
14. Методология классической науки.
15. Проблемы методологии неклассической и постнеклассической науки.
16. Особенности методологии социального познания.
17. Методы теоретического исследования в экономической науке.
18. Методы эмпирического исследования в экономической науке.
19. Научное наблюдение, сравнение, измерение в экономической науке.
20. Моделирование и особенности экономико-математических моделей.

Раздел 2. Психология и педагогика высшей школы

1. Сущность и движущие силы образовательного процесса.
2. Организация самообразовательной деятельности в вузе.
3. Характеристика различных стилей в педагогическом взаимодействии.
4. Диагностика и оценка качества процесса обучения в вузе.
5. Моделирование ситуации успеха в процессе обучения в вузе.
6. Психолого-педагогическая характеристика аспиранта вуза.
7. Методика изучения студенческого коллектива и составление психолого-педагогических характеристик.
8. Выявление мотивов учебной деятельности аспирантов.
9. Профессионально-значимые качества личности будущего специалиста.
10. Понятие психологического климата коллектива и его характеристика.
11. Различия в профессиональной ментальности преподавателей и аспирантов, включающие профессиональные мотивы, ценностные ориентации и социальные установки.
12. Основные задачи и принципы обучения в вузе. Методы педагогической диагностики.
13. Педагогическое образование и направления его совершенствования.
14. Профессиограмма аспиранта. Основные тенденции образования в XXI веке.
15. Методологическая культура аспиранта.
16. Творчество в процессе обучения в вузе.
17. Сущность самовоспитания и его роль в развитии личности.
18. Методы самовоспитания. Студенческий коллектив – это развивающийся социальный организм. Перечислите факторы, которые влияют на формирование коллектива.
19. Педагогическое общение: сущность, функции и структура.
20. Сущность, принципы, механизмы и факторы социального воспитания.

Раздел 3. «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)»

1. Основные подходы к определению PUBLIC RELATIONS как функции менеджмента.
2. Концепции PR-деятельности и их характеристика.
3. Media Relations. PR-кампания по налаживанию отношений со СМИ как важнейшая составная часть отношений с общественностью.
4. PABLISITI. Принципы управление новостными событиями.
5. Внутренний и корпоративный PR: общее и особенное.
6. Лоббирование как разновидность PR-деятельности.
7. ATL и BTL технологии. Структурирование информационных поводов на управляемые этапы PR-кампании.
8. Корпоративный имидж как объект управления.
9. Критерии выбора каналов рекламной коммуникации.
10. Этические и правовые нормы организации рекламной деятельности.
11. Основные направления выбора концепции рекламной кампании.

12. Основные направления PR-деятельности по установлению коммуникативных связей со СМИ.
13. PUBLIC RELATIONS в управлении кризисными ситуациями.
14. Понятие «реклама». Функциональная целесообразность рекламы.
15. Брендинг как технология создания и продвижения фирменных товаров/услуг.
16. Имидж как капитал и ресурс организации. Технология конструирования имиджа.
17. Анализ макро- и микро факторов влияния на рекламную коммуникацию.
18. Критерии эффективности рекламной кампании.
19. Классификационные признаки рекламы и их характеристика.
20. Реклама как сфера бизнеса. Социокультурные институты, регулирующие рекламную деятельность.
21. Особенности личной коммуникации.
22. Составляющие комплекса маркетинга в рекламном процессе.
23. Реклама - элемент формирования и отражения фирменного стиля организации.
24. Базовая концепция визуализации товарного знака.
25. Слоган – основная константа рекламного послания.
26. Технология структурирования основного рекламного текста.
27. Вербально-визуальная культура рекламного продукта.
28. Особенности использования анализа результатов маркетингового исследования в разработке стратегии рекламной кампании.
29. Особенности социальной рекламы. Правовое регулирование социальной рекламы.
30. Косвенная реклама. Product Placement -разновидность косвенной рекламы.
31. Технологии Promotion как элементы системы маркетинговых коммуникаций.
32. Подходы к бюджетированию рекламной кампании. Конкретные примеры.
33. Классификация и критерии выбора каналов, средств и носителей рекламной информации.
34. Международный PUBLIC RELATIONS Тенденции, современное состояние и перспективы развития рекламного рынка PR в России.
35. Понятие PR-кампании. Особенности планирования PR-кампании.
36. Стратегии внутренней PR коммуникации.
37. Стимулирование сбыта и вспомогательные рекламные и PR-средства как инструменты ускорения продаж.
38. Государственный PUBLIC RELATIONS
39. Экологический PUBLIC RELATIONS
40. Международные и Российский Кодексы PR- практики.
41. Правовая охрана средств промышленной собственности и индивидуализации. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и мест наименования продукта».
42. PABLISITI как разновидность PR-деятельности. Понятие «менеджмент новостей».
43. Инвестиционный PR. Принципы успешного ведения коммуникации с инвесторами.
44. Понятие «имидж». Типология имиджа. Природа корпоративного *имиджа*.
45. Технологии "SPIN DOCTOR", « SPIN MASTER» в минимизации кризисных последствий.
46. Брендинг как концепция долгосрочного предпочтения (к организации, товару, компании). Слагаемые брендинга и их характеристики.
47. Товарный знак (марочное обозначение) как коммерческий атрибут бренда.
48. «Черные» технологии PUBLIC RELATIONS. «Цветной» PUBLIC RELATIONS.
49. Преимущества и недостатки BTL-мероприятий в налаживании отношений с различными институтами, группами гражданского действия и обществом в целом.

50. Принципы работы PR-служб со СМИ, характеристика инструментария.
51. Понятие, сущность, цели и задачи коммуникационного менеджмента.
52. Прикладная культурология как часть культурологической науки.
53. Специфика прикладной культурологии
54. Основные характеристики предпринимательства в культуре.
55. Дать комментарий позиции И. Бродского: «Искусство наиболее непосредственная и древняя форма частного предпринимательства».
56. Объясните суть позиции Э. Неизвестного: «У рынка нет идеологической задачи убить Моцарта»
57. Понятие культурной политики. Основные типы культурной политики
58. «Болевые точки» российской культурной политики.
59. Основные причины тяготения России к патерналистским формам культурной политики
60. Специфика управления культурой
61. Культура как сфера менеджмента
62. Особенности арт-менеджмента: интегрированность и креативность
63. Феномен двоевластия в организациях культуры и искусства в России
64. Культура и бизнес: перспективы взаимодействия
65. Р. Флориды – основоположник концепции креативного класса
66. Есть ли в России креативный класс?
67. Креативный город – концепция Ч. Лендри
68. Культура как стратегический ресурс развития в XXI веке
69. Культура как ресурс развития территорий
70. Феномен творческой экономики
71. Творческие индустрии как инновационные явление современной культуры и бизнеса
72. Творческие кластеры: природа и функции
73. Креативные индустрии – опыт развитых стран
74. Творческие кластеры: столица и регионы
75. Известные творческие кластеры Москвы
76. Британская модель творческих кластеров
77. Московские и региональные творческие кластеры
78. Некоммерческие организации и специфика их деятельности в условиях рынка
79. Коммерческий социокультурный сектор России: проблемы и перспективы
80. Особенности маркетинга в сфере культуры и искусства
81. Особенности современного арт-рынка
82. Основные субъекты арт-рынка
83. Особая значимость средств массовой коммуникации в процессе развития сферы культуры в условиях рынка
84. Нетрадиционные способы организации культурной деятельности: аренда, лизинг, копродукционизм
85. Полифункциональность и полифоничность современного арт рынка
86. Плюсы и минусы коммерциализации в сфере культуры и искусства
87. Феномен калужской деревни Никола Ленивец
88. Культура и бизнес: идеи партнерства
89. Спонсорство и фандрейзинг
90. Меценатство и благотворительность
91. Фандрейзинг – основные инструменты
92. Идеи и технологии краудфандинга.
93. Понятие социальной и корпоративной ответственности
94. Государственная политика в области развития спонсорства и
95. благотворительности.

96. Сущность корпоративного фандрейзинга.
97. Характеристика фандрейзинговой и спонсорской деятельности в России.
98. Характеристика основных источников привлечения финансовых средств в некоммерческий сектор.
99. Классификация фондов.
100. Принципы классификации фандрейзинга.
101. Основные этапы фандрейзинговой работы.
102. Формы работы со спонсорами.
103. Характеристика пакета документов для потенциальных спонсоров.
104. Принципы формирования спонсорского пакета.
105. История возникновения краудфандинга.
106. Философия краудфандинга
107. Цели и задачи краудфандинговой деятельности
108. Критерии поддержки социально-культурных проектов с помощью краудфандинга.
109. Этические аспекты краудфандинговой деятельности.
110. Краудфандинг – как технология коллективного финансирования благотворительных и коммерческих проектов.
111. Основные этапы краудфандинговой деятельности.
112. Краудфандинговая деятельность в США.
113. Успешные краудфандинговые проекты в России.
114. Краудсорсинг — как способ поддержания проекта с помощью ресурсов.
115. Характеристика российских краудфандинговых платформ.
116. Эндаумент-фонды как способ привлечения внебюджетных средств.
117. Понятие целевого капитала. Модели управления целевым капиталом.
118. Основные этапы управления целевым капиталом.

2.3 Порядок проведения экзамена

Государственный экзамен по направлению подготовки 42.06.01 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» проводится в устной форме с обязательным составлением письменных тезисов ответов на специально подготовленных для этого бланках и включает вопросы по разделам, указанных в фонде оценочных средств.

Вопросы по дисциплинам формируются исходя из требований государственного образовательного стандарта по направлению в соответствии с утвержденными рабочими программами. Список вопросов по каждой дисциплине, входящей в государственный экзамен размещается в программе государственного экзамена по направлению и утверждается на заседании кафедры менеджмента.

В каждом билете содержится по 3 вопроса. Первый вопрос по дисциплине: «Методология науки и научных исследований», второй вопрос по дисциплине «Психология и педагогика высшей школы», третий вопрос по одной из специальных дисциплин направления подготовки 42.06.01 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Государственный экзамен принимается государственной экзаменационной комиссией. Государственная экзаменационная комиссия формируется из преподавателей кафедр Университета.

Для ответа на билеты аспирантам предоставляется возможность подготовки в течении не менее 30 минут. Для ответа на вопросы билета каждому аспиранту

предоставляется время для выступления (не более 10 минут), после чего председатель государственной экзаменационной комиссии предлагает ее членам задать аспиранту дополнительные вопросы в рамках тематики вопросов в билете. Если аспирант затрудняется при ответе на дополнительные вопросы, члены комиссии могут задать вопросы в рамках тематики программы государственного экзамена. По решению председателя государственной экзаменационной комиссии аспиранта могут попросить отвечать на дополнительные вопросы членов комиссии и после его ответа на отдельный вопрос билета, а также ответить на другие вопросы, входящие в программу государственного экзамена.

Ответы аспирантов оцениваются каждым членом комиссии, а итоговая оценка по пятибалльной системе выставляется в результате закрытого обсуждения. При отсутствии большинства в решении вопроса об оценке, решающий голос принадлежит председателю государственной экзаменационной комиссии по приему государственного экзамена. Результаты государственного экзамена объявляются в день его проведения после оформления протокола заседания государственной экзаменационной комиссии.

Каждый аспирант может ознакомиться с результатами оценки своей работы. Листы с ответами аспирантов на экзаменационные вопросы хранятся в течении одного года на выпускающей кафедре.

При подготовке ответов на вопросы экзаменационного билета выпускниками может быть использована справочная литература.

2.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания

Критерии выставления оценки сдачи государственного экзамена

Оценка	Характеристика работы (ответа) обучающегося
Отлично	<p>Ответ высокого качества, уровень ответа отвечает всем требованиям, теоретическое содержание программы освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все учебные задания, предусмотренные основной образовательной программой, выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.</p> <p>4 вопроса билета (из 4) имеют полные ответы. Содержание ответов свидетельствует об отличных знаниях выпускника и о его умении решать профессиональные задачи, соответствующие его будущей квалификации.</p>
Хорошо	<p>Уровень выполнения ответа отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание программы освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все учебные задания, предусмотренные основной образовательной программой, выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.</p> <p>Минимум 3 вопроса билета (из 4) имеют полные ответы. Содержание ответов свидетельствует о хороших знаниях выпускника и о его умении решать профессиональные задачи, соответствующие его будущей квалификации</p>
Удовлетворительно	<p>Уровень выполнения ответа отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание программы освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство учебных заданий, предусмотренных основной образовательной программой, выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.</p> <p>Минимум 2 вопроса билета (из 4) имеет полный и правильный ответ, 2 вопроса раскрыты не полностью. Содержание ответов свидетельствует о недостаточных, но удовлетворительных знаниях выпускника и о его ограниченном умении решать профессиональные задачи.</p>
Неудовлетворительно	<p>Теоретическое содержание программы освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство учебных заданий, предусмотренных основной образовательной программой, не выполнены, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; низкое качество выполнения самостоятельной работы.</p> <p>4 вопроса билета (из 4) не имеют ответа. Содержание ответов свидетельствует об отсутствии знаний выпускника и о его неумении решать профессиональные задачи.</p>

3. Учебно-методическое и информационное обеспечение

3.1. Рекомендуемая литература

Раздел Методология науки и научных исследований

а) основная литература

1. **Университетская библиотека онлайн.** Кравцова, Е.Д. Логика и методология научных исследований : учебное пособие / Е.Д. Кравцова, А.Н. Городищева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. - 168 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2946-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364559>
3. **Университетская библиотека онлайн.** Сафронова, Т.Н. Основы научных исследований : учебное пособие / Т.Н. Сафронова, А.М. Тимофеева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2015. - 131 с. : табл., ил. - ISBN 978-5-7638-3170-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435828>
4. **Университетская библиотека онлайн** Стрельникова, А.Г. Правила оформления диссертаций : пособие для соискателей ученой степени кандидата и доктора наук / А.Г. Стрельникова. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб.: СпецЛит, 2014. - 92 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-299-00420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=105512>
5. **Университетская библиотека онлайн.** Пивоев, В.М. Методология гуманитарного знания : монография / В.М. Пивоев. - 2-е изд. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 523 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-7155-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434687>
6. **Университетская библиотека онлайн.** Трубицын, В.А. Основы научных исследований : учебное пособие / В.А. Трубицын, А.А. Порохня, В.В. Мелешин ; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет», Министерство образования и науки Российской Федерации. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 149 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459296>

б) дополнительная литература:

1. Веселков Ф.С. Первая в мире методика диссертационных исследований третьего поколения. М.: Издательский дом МИРС. 2008.
2. Взаимосвязь фундаментальной науки и технологии как объект философии науки/ Отв. ред. Е.А. Мамчур. – М.: ИФРАН, 2014.
3. Взаимосвязь фундаментальной науки и технологии как объект философии науки [Текст] / Рос. акад. наук, Ин-т философии ; Редкол.: Е.А. Мамчур (отв. ред.). – М. : ИФРАН, 2014.
4. Волков Ю.Г. Как написать и защитить диссертацию: Практическое пособие. М.: Социально-гуманитарные знания. 2013.
6. Грекова О.К., Кузьминова Е.А. Обсуждаем, пишем диссертацию и автореферат. М.: Флинта. 2011.
7. Кузин Ф.А. Диссертация: Методика написания. Правила оформления. Порядок защиты. Практическое пособие для докторов, аспирантов и магистрантов. М.: «Ось - 89». 2013.
8. Методология науки и дискурс-анализ [Текст] / Рос. акад. наук, Ин-т философии; Отв. ред. А.П. Огурцов. – М.: ИФ РАН, 2014.
9. Петрова, Е.В. Человек в информационной среде: социокультурный аспект [Текст] / Е.В. Петрова ; Рос. акад. наук, Ин-т философии. – М. : ИФРАН, 2014.

10. Философия науки. – Вып. 19: Эпистемология в междисциплинарных исследованиях [Текст] / Рос. акад. наук, Ин-т философии; Отв. ред.: И.А. Герасимова. – М.: ИФ РАН, 2014.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

<p>http://vak.ed.gov.ru/ Сайт "<u>Высшей аттестационной комиссии (ВАК)</u>" <u>Министерства образования и науки Российской Федерации</u>. На сайте ВАК представлены справочные материалы и нормативные документы по защите диссертаций, размещены объявления о защите докторских диссертаций в соответствии со специальностями.</p>
<p>http://www.аспирантура.рф Сайт «Аспирантура. РФ» направлен на оказание помощи аспирантам и соискателям практически по всем вопросам написания и подготовки к защите диссертационного исследования.</p>
<p>http://www.aspirinby.org Проект «В помощь аспирантам и соискателям ученых степеней» создан, чтобы помочь аспирантам и соискателям в их нелегком труде по написанию, оформлению и защите диссертации. На сайте собрана информация, касающаяся поступления в аспирантуру, процедуры подготовки документов, а также общих моментов и тонкостей написания, оформления и защиты диссертации.</p>
<p>http://yaaspirant.ru «Я аспирант» — это сообщество молодых ученых, где каждый может рассказать о себе, о своих научных интересах, и поделиться своими знаниями с другими.</p>
<p>http://www.aspirantura.spb.ru/ Проект "<u>Портал для аспирантов</u>": помощь обучающимся в аспирантуре в процессе подготовки и защиты диссертации. На сайте размещены руководство для аспирантов, каталог аспирантур Москвы и Петербурга, билеты к вступительным экзаменам в аспирантуру, паспорта специальностей, шаблоны документов для диссертационного совета и ВАК, аннотации книг.</p>
<p>http://www.aspirantura.ru На сайте «Aspirantura.ru» представлены документы информационного характера, касающиеся обеспечения документооборота аспирантов.</p>
<p>http://scipeople.ru/ Научная сеть "<u>SciPeople</u>": сообщество учёных, аспирантов и студентов. Веб-проект "SciPeople" создавался как социальная сеть учёных и содержит персональные страницы исследователей, аспирантов и студентов, научные публикации и их обсуждение, информацию об исследовательских проектах. Интернет-ресурс представляет собой научную сеть, где можно размещать свои публикации, получать информацию о конференциях, грантах и прочем, а также взаимодействовать с другими исследователями.</p>
<p>http://dis.finansy.ru В помощь аспирантам : информация по написанию, оформлению и защите диссертации.</p>

<http://medinform.narod.ru>

Сайт «АспирантЪ» адресован соискателям ученых степеней кандидатов и докторов наук (методология, библиотека и др.).

<http://stepeni.ru>

Сайт является некоммерческим проектом, направленным, прежде всего, на новостную, аналитическую и учебно-методическую поддержку пользователей сети Интернет в части информации по научным степеням, научным званиям, а также по вопросам подготовки диссертации.

<http://www.russian-scientists.ru/>

Сайт "Ученые России" - социальная сеть - форумы, конференции, контакты.

<http://phdru.com/termsfuse/>

Портал PhDRU.com является сетевым сообществом аспирантов, молодых ученых, студентов и преподавателей.

Раздел Психология и педагогика высшей школы

Основная литература:

1. Анисимов В.В., Грохольская О.Г. Никандров Н.Д. Общие основы педагогики. Учебник для вузов. – М.: Просвещение, 2014. – 575 с.
2. Бабанский Ю.К., Слостенин В.А. Педагогика. - М., 1998.
3. Бордовская Н.В., Реан А.А. Педагогика. Учебник для вузов. – СПб., 1999.
4. Воронов В.В. Педагогика в двух словах. – М., 1999.
5. Грохольская О.Г. Проблемы теории обучения. – Иркутск.: Оттиск, 2015. – 340 с.
6. Грохольская О.Г., Анисимов В.В. Введение в педагогическую деятельность. - М., 2001.
7. Грохольская О.Г. Никандров Н.Д. Введение в профессиональную деятельность. Учебник для вузов. - М.: Дрофа, 2014. 14 п.л..
8. Краевский В.В. Общие основы педагогики: Уч. пособие. – М., 2002.
9. Краевский В.В., Скоткин М.Н. Принципы обучения//Педагогическая энциклопедия: в 2-х т. – М., 1993-1999. Т.2.
10. Краткий справочник по педагогической технологии //Под ред. Н.Е. Щурковой. – М., 1997.

Дополнительная литература

1. Азаров Ю.П. Искусство воспитывать. – М.: Просвещение, 1984
2. Амонашвили Ш.А. Здравствуйте, дети! – Просвещение, 1985
3. Амонашвили Ш.А. Размышления о гуманной педагогике. – М, 1995
4. Амонашвили Ш.А. Личностно-гуманная основа педагогического процесса. Мн.: Университетское. 1990. – 560 с.
5. Амонашвили Ш.А. Личностно-гуманная основа педагогического процесса. Мн.: Университетское. 1990. – 560 с.
6. Амонашвили Ш.А. Психологические основы педагогики сотрудничества. – Киев. 1991 Психологические основы педагогики сотрудничества. – Киев. 1991
7. Бордовская Н.В., Реан А.А. Педагогика. Учебник для вузов. – Спб.: Питер. 2001. – 304 с. - (Серия «Учебник нового века»).
8. Введение в специальность: Учеб. пособ. Для аспирантов пед. институтов / Л.И. Рувинский, В.А. Кан-Калик, Д.М. Гришин. М. 1990
9. Гессен С.И. Основы педагогики. М., 1995
10. Вульф В.З., Иванов В.Д. Основы педагогики в лекциях, ситуациях, первоисточникам.: Учебное пособие. – Изд-в- УРАО, 1997. С. 135-174.
11. Казанский О.А. Педагогика как любовь. – М., 1996.

12. Кан-Калик В.А., Никандров Н.Д. Педагогическое творчество. – М.: Педагогика, 1990.
13. Коменский Я.А. Великая дидактика – М., 1947. – 217 с.
14. Кон И.С. Социализация и воспитание молодежи // Педагогика. – 1992. - № 3, 4.
15. Корчак Я. Как любить ребенка./ Избр. пед. произведения. М. Педагогика, 1979. С. 27-126
16. Крыжко В.В., Павлютенков Е.М. Психология в практике менеджера образования. – СПб.: КАРО, 2001. – 304 с.
17. Кульневич С.В, Лакоценина Т.П. Воспитательная работа в современной школе. Воспитание: от формирования к развитию: Учебно-методическое пособие для учителей, аспирантов средних и высших педагогических учебных заведений, слушателей ИПК. – Москва – Ростов н/Д: 2000. – 192 с.
18. Леви В. Нестандартный ребенок. – М. Знание, 1988
19. Лихачев Б.Т. Педагогика: Курс лекций. – М.: Прометей, 1992.
20. Макаренко А.С. Избр. пед. соч. – Т. 1-2 – М., 1978
21. Никандров Н.Д. Педагогика народов мира
22. Педагогика /Под ред. П.И. Пидкасистого
23. Педагогика: учебник для аспирантов педагогических вузов и педагогических колледжей/ Под ред. П.И. Пидкасистого. – М.: Педагогическое общество России, 2002. – 608 с.
24. Педагогика: педагогические теории, системы, технологии. Учеб. для студ. высш. и сред. пед. учеб. заведений/ С.А. Смирнов, И.Б. Котова, Е.Н. Шиянов и др.; Под ред. С.А. Смирнова . – 4-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 512 с.
25. Педагогический поиск /Сост. И.Н. Баженова. – М.: Педагогика, 1989.
26. Петрова В.Н. Основы зарубежной социальной педагогики Курс лекций. – М.: Изд-во МГОУ. 2002. – 146 с. .
27. Петрова В.Н. История социальной педагогики. Курс лекций. – М.: Изд-во МГОУ. 2002. – 91 с.
28. Петрова В.Н., Плетнева Е.Н., Сысоева М.Е. Управление образовательными системами. Курс лекций. – М.: Изд-во МГОУ. 2002. – 144 с.
29. Пискунов А.И. Хрестоматия по истории зарубежной педагогики: Учеб. Пособие для аспирантов пед. Ин-тов/ Сост. И авт. Вводных статей А.И. Пискунов. – 2-е изд., перераб. – М.: Просвещение, 1981. – 529 с.
30. Подласый П.И. Педагогика. – М.: Просвещение, 1996. – 489 с.
31. Психология и педагогика. Учебное пособие /Под редакцией А.А. Бодалева, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева, В.А. Слостенина. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2002. – 585 с.
32. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии. Учебное пособие. – М. Народное образование. 1998. – 256 с.
33. Симонов В.П. Диагностика личности и профессионального мастерства преподавателя. – М. – Просвещение, 1995
34. Симонов В.П. Педагогический менеджмент.....
35. Слостенин В.А. и др. Педагогика: Учеб. пособ. М., Школа-Пресс, 1997.
36. Современный словарь по педагогике /Составит. Рапацевич Е.С. – Мн.: «Современное слово». 2001. – 928 с.
37. Сухомлинский В.А. О воспитании. – М.: Политиздат, 1973.
38. Фридман Л.М. Изучение процесса личностного развития ученика. – М.. Серия «Психологическая диагностика». 1995. – 46 с.
39. Фридман Л.М. Как построить новую школу /Концепция личностно-развивающего обучения // Народное образование. – 1993. № 7,8 С 6-11.
40. Харламов И.Ф. Педагогика: Учебное пособие. – М., 1990. – С. 547-574.
41. Хуторской А.В. Современная дидактика. Учеб. Пособие. М.: Высш. Шк.. 2007. – 639 с.
42. Якунин В.А. Педагогическая психология. СПб. 1998.

43. Ямбург Е.А. Школа для всех: адаптивная модель (теоретические основы и практическая реализация). – М., 1996.

Интернет-ресурсы

- <http://flogiston.ru> (Сайт «Флогистон. Психология из первых рук». Публикации. Новости. Обзоры. Библиотека: Тематические подборки статей)
- <http://psychology.net.ru> (Сайт «Мир психологии». Новости, тесты, статьи)
- <http://psychology-online.net> (Сайт «Научная и популярная психология» Библиотека. Мастерская: Компьютерная психодиагностика, психологический практикум)
- <http://www.psychology.ru> (Сайт «Психология на рус. яз.»: Новости, статьи, общение, обучение, тесты, ссылки)
- <http://ido.rudn.ru> (Психология и педагогика – электронный учебник по курсу «Психология и педагогика» / Авт.: Богданов И.В., Лазарев С.В. и др.).
- <http://psi.webzone.ru> (Сайт «Психологический словарь». Психологический on-line словарь. Тесты и ссылки на сайты и каталоги схожей тематики)
- <http://azps.ru> (А.Я. Психология – статьи, тесты, тренинги, словарь, хрестоматия, классификации, новости)
- <http://www.pedlib.ru> (Педагогическая библиотека)
Электронный учебник «История психологии». Автор: Ю.Н. Олейник:
<http://www.ido.edu.ru/psychology/history-of-psychology/index.html>

Раздел 3. «Средства массовой коммуникации (новые медиа, службы рекламы и связей с общественностью)»

а) основная литература

1. Артфанзрейзинг. М., 2014.
2. BRAND 2B / BRAND 2C, BRAND 2C / BRAND 2B, или о том, как работают бренды в социокультурном пространстве: Монография / Ред. Хангельдиева И.Г., Чаган Н.Г.; Факультет "Предпринимательство в культуре". - М.: МУМ, 2010.-192с.,178с. 31 экз.

б) дополнительная литература

1. Долгин А. Б. Экономика символического обмена. – М., 2006.
2. Каменец А. В. Культурная политики и современная социокультурная ситуация //Ориентиры культурной политики. М., 1994.
3. Кентавр: Э. Неизвестный об искусстве, литературе , философии. М. 1992. И.
- Котлер Ф. Дж. Шефф. Все билеты проданы. Маркетинговые стратегии исполнительских искусств. М., 2004
4. Культура и бизнес: формулы сотрудничества. (Материалы исследований). Серия культурные стратегии. Экспертный клуб. Культура и культурная политика. Культура и экономика: поиск новых моделей взаимодействия. Выпуск 4. - М., 2007.
5. Культура и рынок: современные тенденции. – М. – 2009.
6. Культурная политика России. История и современность. Серия: Ориентиры
Лендри Ч. Креативный город. М., Мак-Илрой Э. Культура и бизнес. Серия культурные стратегии: пер. с англ. М., 2006.
7. Оганов А. А., Хангельдиева И. Г. Теория культуры. М., 2004.
8. Оганов А. А., Хангельдиева И.Г. Мировой опыт многоканального финансирования культуры 0,5 п.л. РАГС – Владимир, 2006.
9. Предпринимательство в культуре и культура предпринимательства. М., 2005.
10. Прикладная культурология. М. 2009
11. Прикладная культурология: калейдоскоп идей. М.- 2010
12. Социокультурный менеджмент на рубеже тысячелетий. М., 2000.
13. Тоффлер А. Столкновение с будущим. // Иностранная литература. 1972, №3.
14. Управление культурой в рыночной экономике. СПб., 2000.

15. Флорида Р. Креативный класс: люди которые меняют будущее. М., 2005
16. Хангельдиева И.Г. «Good name» - стратегический ресурс развития предпринимательства или о культуре предпринимательства // Предпринимательство в культуре и культура предпринимательства. М., 2005.
17. Хангельдиева И.Г. Информационное общество и креативный класс // Краснодар 2006. Труды международной конференции. – 2006.
18. Хангельдиева И.Г. Искусство и рынок в России: возможен ли консенсус? // II Овсянниковская Международная эстетическая конференция (ОМЭК II). М., 2006.
19. Хангельдиева И.Г. Искусство и рынок // Тетради международного университета № 1, 2003
20. Хангельдиева И.Г. Особенности формирования художественных брендов в современной России // Артмаркетинг. – 2006.
21. Хангельдиева И.Г. Творческие кластеры Москвы – предмет социокультурного анализа. Май 2006.
22. Экономика культуры // Отв. Реактор А. Я. Рубинштейн. – М., 2005

в) информационные ресурсы сети Интернет

1. www.uptp.ru

Международный журнал «Проблемы теории и практики управления»

На этом сайте вы сможете найти довольно много интересных статей, касающихся различных вопросов управления предприятием (в т.ч. инвестиционной и инновационной деятельностью).

2. www.cfin.ru

Корпоративный менеджмент

Масса полезной информации - полнотекстовые варианты учебников и статей по менеджменту и маркетингу, бухучету и налогообложению; ссылки на периодические издания и Интернет-сайты по экономике, менеджменту и маркетингу. Также полезными могут быть ссылки на сайты компаний-разработчиков управленческого программного обеспечения.

3. www.aup.ru

Административно-управленческий портал

Помимо книг и статей по экономике, маркетингу и менеджменту на этом сайте можно найти нормативные документы, а также примеры бизнес-планов и других видов документации, необходимой для компании. Сайт содержит множество ссылок на страницы компаний, производящих маркетинговые исследования (в т.ч. примеры исследований).

4. www.expert.ru

Журнал «Эксперт»

На сайте журнала вы можете ознакомиться с материалами свежего номера как журнала «Эксперт», так и других изданий («Эксперт-Урал», «Северо-Запад», «Оборудование» и т.д.), однако статьи из архива можно получить только за определенную плату. В разделе «Спецпроекты» вы сможете найти избранные главы из учебника «7 нот менеджмента».

5. www.marketing.spb.ru

Marketing

На сайте выложены учебники, научные публикации, статьи, эссе и документы по различным аспектам маркетинга, а также несколько иностранных публикаций (на англ. яз.), касающихся исследований рынка. Очень полезный раздел «Программное обеспечение», в котором, помимо собственно программного обеспечения, содержатся ссылки на различные маркетинговые базы данных и алгоритмы, шаблоны, которые могут быть использованы при проведении маркетинговых исследований, финансового анализа, при организации сбыта и т.д. Помимо этого на сайте есть ссылки на страницы маркетинговых журналов и маркетинговых агентств. Очевидный недостаток сайта - устаревшая информация.

6. www.rbc.ru

РИА «Росбизнесконсалтинг»

Самая свежая информация о состоянии финансовых и товарных рынков (российских и мировых), новостные ленты. Аналитические материалы, обзоры финансовых рынков.

7. www.a2c.ru

a2c academics

На этом сайте вы сможете найти информацию по таким разделам, как: стратегия и конкуренция, собственность и управление, маркетинг в корпорации, финансы и инвестиции, инновации и венчурный бизнес, ИТ, организация и профессионализм. Главный недостаток представленных материалов - поверхностность.

8. www.anbar.com

Anbar Electornic Intelligence (англ. яз.)

База данных рефератов английских статей из журналов по менеджменту, управлению производством и технологиями. Возможен пробный регистрируемый доступ.

9. <http://www.marketologi.ru/lib/saginoва/high>

10. http://royallib.ru/read/_/marketing_obrazovaniya

11. <http://dic.academic.ru>

12. <http://www.aup.ru/marketing>

13. <http://www.marketing.spb.ru>

14. <http://marketopedia.ru>

15. www.marketing.spb.ru

16. www.imaginiz.com

17. www.epolicy.ru

18. www.links.management.org.uk

19. www.symphony.org

Фонд оценочных средств (представлен в приложении к программе).