

Рабочая программа дисциплины

Экспозиционно-выставочная деятельность

<i>Направление подготовки</i>	Искусства и гуманитарные науки
<i>Код</i>	50.04.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Галерея как платформа кураторских стратегий и работы с коллекциями
<i>Квалификация выпускника</i>	магистр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Командная работа и лидерство	УК-3
Общепрофессиональные	Руководство коллективом	ОПК-5
Профессиональные	-	ПК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Выстраивает социальный диалог с учетом основных закономерностей межличностного взаимодействия. УК-3.2 Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения УК-3.3 Предвидит и умеет предупредить конфликты в процессе социального взаимодействия УК-3.4 Понимает основные принципы распределения и разграничения ролей в команде УК-3.5 Проявляет готовность к исполнению различных ролей в команде для достижения максимальной эффективности команды
ОПК-5	Способен руководить коллективом в выбранной сфере профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, готов брать на себя всю полноту профессиональной ответственности	ОПК-5.1. Знает и использует социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллективом в сфере профессиональной деятельности, руководствуясь правовыми нормами. ОПК-5.2. Умеет организовать исследовательскую работу коллектива в сфере профессиональной деятельности. ОПК-5.3. Оценивает возможности сотрудников и распределяет конкретные задачи исследования между членами коллектива. ОПК-5.4. Определяет в профессиональной деятельности аспекты, позволяющие оценить и направить развитие культуры в прогрессивном формате, беря на себя ответственность за продуктивность и перспективы развития мировой культуры и культурологических концепций
ПК-2	Способен анализировать рынок арт-услуг и целевую аудиторию	ПК-2.1. Способен проводить исследование текущего состояния современного рынка арт-услуг, выявлять тенденции и прогнозировать его развитие.

		ПК-2.2. Определяет целевую аудиторию и её потребности, предпочтения и поведение. ПК-2.3. Анализирует конкурентов, их предложения и стратегии, чтобы выработать эффективные подходы. ПК-2.4. Разрабатывает маркетинговые стратегии. Создает и реализует планы продвижения арт-услуг с учётом анализа современного рынка и аудитории. ПК-2.5. Отслеживает изменения на рынке и корректировать стратегии в соответствии с новыми условиями.
--	--	--

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-3		
	Закономерности межличностного взаимодействия; особенности конфликтов в процессе социального взаимодействия; принципы распределения и разграничения ролей в команде;	выстраивать социальный диалог с учетом основных закономерностей межличностного взаимодействия; работать в команде, проявляет лидерские качества и умения предупреждать конфликты в процессе социального взаимодействия	готовностью к исполнению различных ролей в команде для достижения максимальной эффективности команды
Код компетенции	ОПК-5		
	социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллектива в сфере профессиональной деятельности, руководствуясь правовыми нормами; возможности сотрудников и задачи исследования коллектива; перспективы	организовать исследовательскую работу коллектива в сфере профессиональной деятельности; оценивать возможности сотрудников и распределять задачи между членами коллектива.	приемами использования социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий в руководстве коллектива в сфере профессиональной деятельности, руководствуясь правовыми нормами.

	развития мировой культуры и культурологических концепций	определять в профессиональной деятельности аспекты, позволяющие оценить направить развитие культуры в прогрессивном формате	
Код компетенции	ПК-2		
	текущее состояния современного рынка арт-услуг; целевую аудиторию и её потребности, предпочтения и поведение; конкурентов; маркетинговые стратегии в экспозиционно-выставочной деятельности	проводить исследование текущего состояния современного рынка арт-услуг, выявлять тенденции и прогнозировать его развитие; отслеживать изменения на рынке арт-услуг и корректировать стратегии в соответствии с новыми условиями. анализировать конкурентов, их предложения и стратегии, чтобы выработать эффективные подходы к экспозиционно-выставочной деятельности.	глобальными и стратегиями роста, базовыми, конкурентными, видами маркетинговых стратегий в экспозиционно-выставочной деятельности; приемами создавать и реализовывать планы продвижения арт-услуг с учётом анализа современного рынка и аудитории; приемами анализа рыночных колебаний и адаптируя тактику, учитывая возникающие обстоятельства.

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экспозиционно-выставочная деятельность» относится к обязательной части учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Современные технологии в искусстве» «Теория и история кураторства», «Галерейное дело и менеджмент», «Формирование и хранение коллекций».

В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: экспертно-аналитический, культурно-просветительский, организационно-управленческий, научно-исследовательский.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Галерея как платформа кураторских стратегий и работы с коллекциями

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>		<i>Формы обучения</i>
		<i>Очная</i>
Общая трудоёмкость: зачётные единицы/часы		4/144
Контактная работа:		
	Занятия лекционного типа	24
	Занятия семинарского типа	40
	Промежуточная аттестация: зачет, экзамен,	27,1
Самостоятельная работа (СРС)		52,9

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоя- тельна я работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практиче ские занятия	Семи- нары	Лабора торные раб.	Иные занятия	
1.	Галерея как платформа реализации проектов, кураторских стратегий и работы с коллекциями. Организация и управление командной работой в галерее	2		4				5
2.	Закономерности межличностного взаимодействия. Социальный диалог как инструмент гармонизации межличностного взаимодействия в экспозиционно выставочной деятельности	2		4				5
3.	Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллективом в сфере экспозиционно выставочной деятельности	4		4				5
4.	Правовые нормы в сфере экспозиционно выставочной деятельности	2		4				5

5.	Организация исследовательской работы коллектива в сфере экспозиционно выставочной деятельности	4		4				5,9
6.	Выявление в выставочной индустрии факторов, дающих возможность оценивать и ориентировать культурное развитие в перспективном ключе.	2		4				5
7.	Актуальное состояние сферы арт-услуг, ключевые направления и дальнейший рост	2		4				5
8.	Целевая аудитория рынка арт-услуг и её потребности, предпочтения и поведение	2		4				6
9.	Конкуренты в сфере экспозиционно выставочной деятельности	2		4				5
10.	Маркетинговые стратегии в сфере экспозиционно выставочной деятельности	2		4				6
	Промежуточная аттестация	27,1						
	Всего	24		40				52,9

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание раздела
1.	Галерея как платформа реализации проектов, кураторских стратегий и работы с коллекциями. Организация и управление командной работой в галерее	Галерея и ее способность реализовывать масштабные и амбициозные проекты. Кураторские стратегии в современной галерее. Работа с коллекциями способность адаптироваться к меняющимся условиям арт-рынка и потребностям аудитории. Формирование команды: баланс компетенций и ролей. Куратор, безусловно, ключевая фигура, определяющая концептуальное направление деятельности галереи. Куратор, отвечает за концептуальное и содержательное наполнение выставок, в то время как менеджер по продажам фокусируется на коммерческой составляющей. Маркетолог разрабатывает стратегию продвижения, а реставратор обеспечивает сохранность произведений искусства. Четкое разграничение зон

		ответственности позволяет избежать конфликтов и повышает эффективность работы в целом. Лидерство: вдохновение, мотивация и делегирование. Эффективное лидерство в галерее – это не диктат, а умение вдохновлять и мотивировать команду на достижение общих целей. Лидер не должен стремиться контролировать каждый аспект деятельности галереи, а должен доверять своим сотрудникам и предоставлять им возможность самостоятельно принимать решения в рамках своей компетенции. Мотивация команды может быть как материальной (премии, бонусы), так и нематериальной (публичное признание заслуг, возможность участвовать в интересных проектах).. Регулярные встречи команды, обсуждение текущих проектов и планов на будущее – важный инструмент поддержания командного духа и координации усилий. Кураторские стратегии: коллективное видение и индивидуальный вклад. Коллективное обсуждение концепции выставочного проекта позволяет выявить различные точки зрения и обогатить первоначальную идею. Важно вовлекать всех членов команды в процесс разработки кураторской стратегии, от менеджера по продажам до специалиста по связям с общественностью. Работа с коллекциями: общая ответственность и разделение труда. Конфликты: управление и разрешение. Открытое обсуждение проблем позволяет выявить скрытые причины конфликта и найти пути их решения.
2.	Закономерности межличностного взаимодействия. Социальный диалог как инструмент гармонизации межличностного взаимодействия в экспозиционно выставочной деятельности	Межличностное взаимодействие как ключ к эффективному социальному диалогу, гармоничным отношениям. Социальный диалог можно классифицировать по различным критериям. По уровню проведения выделяют: Национальный диалог, охватывающий широкий круг вопросов социально-экономической политики и затрагивающий интересы всего общества. Региональный диалог, фокусирующийся на проблемах конкретного региона и предусматривающий участие региональных органов власти, бизнеса и общественных организаций. Отраслевой диалог, направленный на регулирование отношений между работодателями и работниками в определенной отрасли экономики. Локальный диалог, осуществляемый на уровне отдельных предприятий или организаций и нацеленный на решение конкретных производственных или социальных проблем. По форме проведения различают: Двусторонний диалог, предполагающий участие двух сторон, например, работодателя и профсоюза. Трехсторонний диалог, в котором участвуют три стороны: государство, работодатели и работники. Многосторонний диалог, объединяющий широкий круг

		заинтересованных сторон. Особенности межличностного взаимодействия в экспозиционно-выставочной деятельности: Высокая интенсивность контактов: в период подготовки и проведения выставки участники находятся в состоянии интенсивного общения, что требует от них высокой коммуникативной компетентности и стрессоустойчивости. Разнообразие целевых аудиторий: Участникам приходится взаимодействовать с представителями различных культур, профессий и социальных групп, что предъявляет высокие требования к их способности понимать и учитывать особенности различных аудиторий. Конкурентная среда: Участники выставки заинтересованы в привлечении внимания посетителей к своим продуктам и услугам, что может приводить к конкуренции и конфликтам. Временный характер взаимодействия: Большинство контактов, устанавливаемых на выставке, носят временный характер, что требует от участников умения быстро устанавливать доверительные отношения и эффективно презентовать себя и свою компанию. Зависимость от организаторов: Участники выставки во многом зависят от организаторов, от их способности обеспечить комфортные условия для работы и привлечь целевую аудиторию. Реализация социального диалога в экспозиционно-выставочной деятельности может включать в себя следующие элементы: Регулярные встречи и консультации между организаторами выставки и участниками. Создание коммуникационных платформ для обмена информацией и опытом между участниками. Организация совместных мероприятий, направленных на укрепление связей между участниками. Разработка и внедрение кодекса этики и правил поведения на выставке. Создание механизмов разрешения конфликтов и споров.
3.	Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллективом в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	Социальные факторы. Социальная принадлежность – это многогранный конструкт, включающий в себя уровень образования, профессиональный опыт, социальный статус и другие факторы, определяющие место индивида в обществе. Руководитель должен осознавать, что представители разных социальных слоев могут иметь различные мотивы, ожидания и нормы поведения. Умение учитывать эти различия при постановке задач, мотивации и оценке результатов работы является ключевым для эффективного руководства. Важно создавать атмосферу, в которой каждый член команды чувствует себя ценным и уважаемым независимо от его социального

		происхождения. Этнические различия. В мультиэтническом коллективе руководитель должен обладать высоким уровнем этнокультурной компетентности, то есть понимать и уважать особенности различных этнических групп. Это включает в себя знание основных культурных ценностей, норм общения, ритуалов и традиций, а также умение избегать стереотипов и предрассудков. Конфессиональные различия. Религиозные убеждения, являясь важной частью идентичности многих людей, также могут оказывать влияние на их отношение к работе, коллегам и руководству. Руководитель должен уважать свободу вероисповедания каждого члена команды и создавать условия для удовлетворения их религиозных потребностей. Руководитель должен уметь находить баланс между соблюдением религиозных прав сотрудников и обеспечением эффективной работы коллектива. Создание атмосферы толерантности и взаимопонимания между представителями разных конфессий является ключевым для предотвращения конфликтов и формирования сплоченной команды. Культурные различия. Культура, в широком смысле слова, представляет собой систему ценностей, норм, убеждений и практик, разделяемых членами определенной группы. Культурные различия могут проявляться в различных аспектах поведения, таких как стиль общения, отношение к времени, иерархия власти, степень индивидуализма или коллективизма. В сфере экспозиционно-выставочной деятельности, которая часто предполагает международное сотрудничество, понимание культурных различий является особенно важным. Руководитель должен обладать кросс-культурной компетентностью, то есть уметь адаптировать свой стиль руководства к особенностям различных культур. Это включает в себя знание основных культурных различий, умение эффективно общаться с представителями разных культур, а также способность создавать условия для межкультурного сотрудничества.
4.	Правовые нормы в сфере экспозиционно выставочной деятельности	Конституционные принципы и нормы гражданского законодательства. Свобода экономической деятельности. Принцип равенства участников гражданского оборота. Договорные отношения. Законодательство о культуре и музейном деле. Федеральный закон «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации». Основы законодательства Российской Федерации о культуре. Правовое регулирование отдельных аспектов выставочной деятельности. Организация и проведение выставок Разрешительная документация. В

		зависимости от характера выставки и места ее проведения, может потребоваться получение разрешений от органов государственной власти и местного самоуправления. Требования к выставочным площадям. Выставочные площади должны соответствовать требованиям пожарной безопасности, санитарным нормам и правилам, а также обеспечивать безопасность посетителей и экспонентов. Правила участия в выставке. Организаторы выставок разрабатывают и утверждают правила участия, которые определяют права и обязанности экспонентов, порядок оформления заявок, оплаты участия, размещения экспонатов и другие вопросы. Интеллектуальная собственность на выставках Защита авторских прав. Охрана промышленных образцов и изобретений. Борьба с контрафактной продукцией: Безопасность на выставках Обеспечение пожарной безопасности Охрана общественного порядка. Медицинское обслуживание. Таможенное регулирование. Временный ввоз и вывоз экспонатов. Уплата таможенных пошлин и налогов. Специальные таможенные процедур. Гражданско-правовая ответственность. Административная ответственность. Уголовная ответственность. Перспективы развития правового регулирования выставочной деятельности. Совершенствование законодательства об интеллектуальной собственности. Развитие системы саморегулирования. Международное сотрудничество.
5.	Организация исследовательской работы коллектива в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	Определение целей и задач исследования Формирование исследовательского коллектива и распределение ролей. Успех исследовательской работы во многом зависит от компетентности и слаженности коллектива. Необходимо сформировать команду, включающую специалистов с разным опытом и знаниями в области истории искусства, дизайна, маркетинга, социологии и психологии. Четкое распределение ролей и зон ответственности, определение лидера и координатора позволят эффективно управлять ресурсами и обеспечить согласованность действий. Важно предусмотреть механизмы взаимодействия и обмена информацией внутри коллектива. Методология исследования определяет подходы и методы, используемые для сбора и анализа данных. В сфере экспозиционно-выставочной деятельности применяются как качественные, так и количественные методы. К качественным относятся: анализ литературы и архивных материалов, глубинные интервью с посетителями и экспертами, наблюдение за поведением посетителей на выставках, фокус-группы.

		Количественные методы включают: статистический анализ данных посещаемости, анкетирование, опросы, экспериментальные исследования. Выбор конкретных методов зависит от целей и задач исследования, доступных ресурсов и специфики объекта изучения. Сбор данных должен осуществляться в соответствии с выбранной методологией и этическими принципами. Важно обеспечивать репрезентативность выборки, объективность и достоверность данных. Обработка данных предполагает систематизацию, кодирование, анализ и интерпретацию полученных результатов. Использование современных статистических пакетов и программного обеспечения для анализа качественных данных позволяет повысить эффективность и точность обработки. Анализ и интерпретация результатов – ключевой этап, на котором формируются выводы и рекомендации. Важно критически оценивать полученные данные, учитывать возможные ограничения и предвзятости. Интерпретация должна быть основана на глубоком понимании контекста и теоретических основах экспозиционно-выставочной деятельности. Необходимо выявить закономерности, тенденции и зависимости, которые могут быть использованы для улучшения качества выставочных проектов. Разработка рекомендаций и внедрение результатов в практику. Оценка эффективности исследовательской работы
6.	Выявление в выставочной индустрии факторов, дающих возможность оценивать и ориентировать культурное развитие в перспективном ключе.	Выставочная индустрия, являясь сложным и многогранным социокультурным феноменом, представляет собой не только площадку для демонстрации достижений в различных областях, но и мощный инструмент воздействия на формирование общественного сознания, культурных ценностей и, как следствие, перспектив развития общества. Отражение и интерпретация глобальных трендов. Выставки, чутко реагирующие на изменения в мировой экономике, технологиях, науке и искусстве, предоставляют уникальную возможность для анализа и прогнозирования направлений развития культуры. На выставках, посвященных инновационным технологиям, формируется представление о будущем, в котором передовые разработки кардинально изменят нашу жизнь. Художественные выставки, представляющие современные течения и направления, становятся зеркалом социокультурных изменений, отражая актуальные проблемы и ценности. Анализ представленных на выставках экспозиций позволяет выявить доминирующие тренды и определить наиболее перспективные направления культурного развития. Формирование и продвижение культурных ценностей и

		идентичности. Выставки играют важную роль в формировании и трансляции культурных ценностей, как национальных, так и глобальных. Историко-культурные выставки способствуют укреплению национальной идентичности, представлению культурного наследия и воспитанию патриотизма, в то время как международные выставки способствуют диалогу культур, обмену опытом и формированию общечеловеческих ценностей. Выставки, посвященные вопросам экологии, социальной справедливости и устойчивого развития, способствуют формированию осознанного отношения к будущему и стимулируют развитие «зеленой» культуры и ответственного потребления. Выставочная площадка как генератор инноваций и творческих решений. Выставки, зачастую, становятся своеобразными лабораториями, где происходит синтез различных видов искусства, технологий и научных достижений. Интерактивные экспозиции, мультимедийные инсталляции и другие инновационные форматы привлекают внимание широкой аудитории, стимулируют креативность и способствуют формированию новых идей. Выставки, посвященные архитектуре и дизайну, демонстрируют инновационные решения в области городского пространства и жилищного строительства, оказывая непосредственное влияние на формирование окружающей среды. Влияние выставок на образовательную и просветительскую деятельность. Выставки, предоставляя наглядную и интерактивную информацию, способствуют расширению кругозора, развитию воображения и формированию критического мышления. Музейные экспозиции, научные выставки и тематические мероприятия являются важными элементами образовательного процесса, дополняя и расширяя традиционные формы обучения. Выставки, ориентированные на молодежную аудиторию, способствуют популяризации науки, техники и искусства среди молодого поколения, стимулируя интерес к знаниям и инновациям. Способность выставочной индустрии адаптироваться к новым условиям и вызовам
7.	Актуальное состояние сферы арт-услуг, ключевые направления и дальнейший рост	Структура и ключевые игроки рынка арт-услуг. Галереи и арт-дилеры: осуществляют первичную продажу произведений искусства, представляют интересы художников, обеспечивают экспертизу и консультации коллекционерам. Аукционные дома: предлагают платформу для перепродажи искусства, устанавливают рыночные цены, привлекают глобальную аудиторию. Консультанты по искусству: предоставляют профессиональные советы коллекционерам по вопросам приобретения, управления и диверсификации арт-портфеля.

	Специалисты по оценке и экспертизе: определяют подлинность и стоимость произведений искусства, предоставляют документацию для продажи, страхования и налогового учета. Реставраторы: занимаются сохранением и восстановлением произведений искусства, предотвращая их дальнейшее разрушение. Логистические компании: обеспечивают транспортировку, хранение и страхование произведений искусства, требующие специальных условий. Онлайн-платформы и арт-маркетплейсы: предоставляют цифровые каналы для продажи и покупки искусства, расширяют доступ к рынку для новых художников и коллекционеров. Современные тенденции рынка арт-услуг. Диджитализация и онлайн-торговля: Рост популярности онлайн-платформ и арт-маркетплейсов значительно расширил доступ к рынку и предоставил новые возможности для художников и коллекционеров. Виртуальные аукционы, онлайн-выставки и цифровые инструменты оценки стали неотъемлемой частью современного арт-рынка. Рост интереса к современному и цифровому искусству: наблюдается увеличение спроса на произведения современных художников, а также на цифровое искусство, включая NFT (невзаимозаменяемые токены). Этот тренд привлекает новую аудиторию, особенно молодое поколение коллекционеров. Персонализация и индивидуальный подход: Услуги, ориентированные на индивидуальные потребности клиентов, становятся все более востребованными. Консультанты по искусству предлагают персонализированные рекомендации, основываясь на вкусах, финансовых возможностях и инвестиционных целях коллекционеров. Устойчивое развитие и этичность: Вопросы устойчивости, социальной ответственности и этичного происхождения произведений искусства становятся все более важными для потребителей. Развиваются инициативы, направленные на поддержку экологически чистых материалов и справедливую оплату труда художников. Глобализация и расширение географии рынка: Растущий интерес к искусству из развивающихся стран и регионов способствует расширению географии рынка и появлению новых центров современного искусства. Факторы, влияющие на развитие рынка арт-услуг. Экономическая ситуация. Демографические изменения. Технологический прогресс. Государственная политика: Геополитическая ситуация. Прогнозирование развития рынка арт-услуг на кратко- и среднесрочную перспективу. Дальнейшая диджитализация и развитие онлайн-торговли. Увеличение спроса на цифровое искусство и NFT. Рост интереса к устойчивому развитию и этичному
--	--

		искусству. Консолидация рынка и специализация игроков. Расширение географии рынка и рост интереса к искусству из развивающихся стран.
8.	Целевая аудитория рынка арт-услуг и её потребности, предпочтения и поведение	Классификация целевой аудитории. Любители искусства и коллекционеры. Творческие личности и художники. Представители культурных учреждений. Корпоративные клиенты. Люди, ищущие личностное развитие и развлечение. Родители и дети. Потребности целевой аудитории. Любители искусства и коллекционеры: Потребность в доступе к качественному и разнообразному искусству, информации о художниках и трендах, консультациях экспертов, участии в арт-сообществах, гарантиях подлинности и безопасности сделок. Творческие личности и художники: Потребность в обучении, менторстве, материалах, пространстве для работы, продвижении своего творчества, участии в выставках и конкурсах, доступе к финансированию и грантам. Представители культурных учреждений: Потребность в привлечении аудитории, создании интересных и инновационных экспозиций, реставрационных работах, экспертной оценке, эффективном управлении культурным наследием. Корпоративные клиенты: Потребность в укреплении бренда, создании позитивного имиджа, повышении лояльности клиентов и сотрудников, креативных решениях для маркетинговых кампаний, развитии креативности и снятии стресса у сотрудников. Люди, ищущие личностное развитие и развлечение: Потребность в доступных и интересных мастер-классах, арт-терапии, творческих хобби, развлечении и релаксации. Родители и дети: Потребность в развитии творческих способностей детей, интерактивных и безопасных занятиях, возможности для семейного творчества и культурного досуга. Предпочтения целевой аудитории. Возраст. Образование и культурный бэкграунд. Личные вкусы. Тренды. Поведение целевой аудитории. Аудитория использует различные каналы для поиска информации: интернет (сайты галерей, онлайн-платформы, социальные сети), печатные издания (каталоги выставок, журналы), рекомендации друзей и знакомых, посещение выставок и мероприятий. Решение о покупке арт-услуги или произведения искусства может быть эмоциональным или рациональным. Часто ключевую роль играют отзывы других людей, репутация галереи или художника, цена и инвестиционная привлекательность. Взаимодействие с арт-пространствами: Аудитория ценит профессионализм персонала, удобную навигацию, возможность получить консультацию и узнать больше об искусстве. Оценка полученного опыта влияет на повторные обращения и

		рекомендации. Важно учитывать мнение аудитории, собирать отзывы и постоянно улучшать качество арт-услуг.
9.	Конкуренты в сфере экспозиционно выставочной деятельности	Определение и классификация конкурентов Прямые конкуренты: Косвенные конкуренты: Потенциальные конкуренты: Методы сбора информации о конкурентах Открытые источники. Отраслевые выставки и мероприятия. Базы данных и аналитические платформы: Коммерческие базы данных, предоставляющие информацию о финансовых показателях, клиентской базе, маркетинговых стратегиях конкурентов. Анализ сильных и слабых сторон конкурентов (SWOT-анализ) Сильные стороны (Strengths): Уникальные преимущества, высокий уровень экспертизы, налаженные связи с поставщиками, сильный бренд. Слабые стороны (Weaknesses): Ограниченный ассортимент услуг, высокая стоимость, недостаточный уровень сервиса, устаревшие технологии. Возможности (Opportunities): Расширение географии деятельности, выход на новые рынки, внедрение инновационных технологий, формирование стратегических альянсов. Угрозы (Threats): Появление новых конкурентов, изменение потребительских предпочтений, экономический кризис, усиление регулирования отрасли. Ключевые параметры для анализа конкурентов: Ценообразование, ассортимент услуг, клиентская база, маркетинговая стратегия, технологии и инновации, логистика и логистические цепочки. Стратегии конкурентной борьбы. Роль технологий в конкурентной борьбе. Этические аспекты конкурентного анализа. Практические инструменты конкурентного анализа. В динамично развивающейся сфере экспозиционно-выставочной деятельности, понимание конкурентной среды является краеугольным камнем успешной стратегии. Конкурентный анализ – это не разовое мероприятие, а непрерывный процесс, требующий постоянного мониторинга и адаптации.
10.	Маркетинговые стратегии в сфере экспозиционно выставочной деятельности	Особенности маркетинга в выставочной индустрии. Цикличность (подготовка – участие – анализ). Высокая конкуренция за внимание посетителей. Важность личного контакта и взаимодействия. Цели и задачи участия в выставке. Определение целей участия: зачем компании участвовать в выставке? SMART-цели для выставочной деятельности. Определение целевой аудитории выставки. Анализ конкурентов. Пред выставочный маркетинг. Цель: привлечь внимание целевой аудитории к участию

		компании в выставке. Инструменты: Email-маркетинг (приглашения, анонсы, информация о новинках).SMM (социальные сети): создание контента (фото, видео, статьи) о подготовке к выставке, анонсы, конкурсы, прямые эфиры. SEO-оптимизация сайта под ключевые запросы, связанные с выставкой. Онлайн-реклама (контекстная, таргетированная). Работа со СМИ (пресс-релизы, интервью). Маркетинг во время выставки. Цель: привлечь посетителей на стенд, произвести впечатление, установить контакты. Инструменты: Оформление стенда: дизайн, навигация, зонирование, визуальные элементы. Рекламные материалы: буклеты, листовки, каталоги, визитки. Промо-акции: конкурсы, розыгрыши, скидки, подарки. Презентации, мастер-классы, демонстрации продукции. Работа персонала: обучение, мотивация, навыки общения. Поствыставочный маркетинг. Цель: закрепить результаты, продолжить общение с потенциальными клиентами, проанализировать эффективность участия. Инструменты: Email-рассылки с благодарностью за посещение стенда, дополнительной информацией о продуктах/услугах. Звонки потенциальным клиентам. Обработка и анализ собранных лидов. Оценка ROI (возврат инвестиций) от участия в выставке. Необходимость координации всех маркетинговых усилий. Разработка комплексного маркетингового плана для выставки. Календарный план, бюджет, распределение ответственности. Измерение эффективности маркетинговых кампаний Ключевые показатели эффективности (KPI).Количество посетителей стенда, количество собранных лидов, количество заключенных сделок, узнаваемость бренда, ROI. Инструменты аналитики. Анкеты обратной связи, CRM-системы, Google Analytics, Яндекс.Метрика.
--	--	--

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практических занятий
1.	Галерея как платформа реализации проектов, кураторских стратегий и работы с коллекциями. Организация и управление командной работой в галерее	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. В чем уникальность галереи как платформы по сравнению с другими формами репрезентации искусства (музеи, онлайн-платформы, фестивали)? Какие преимущества и недостатки она предлагает художникам, кураторам и коллекционерам?

		2. Как меняется роль галереи в современном мире с развитием новых технологий и платформ? (Онлайн-галереи, NFT, метавселенные). Как галереям адаптироваться и оставаться актуальными? Приведите примеры успешной адаптации различных галлерей. 3. Каковы основные функции галереи и как они реализуются на практике? (Представление художников, организация выставок, продажа произведений, образовательная деятельность, продвижение). 4. Какие типы коллекций могут быть представлены в галерее? (Произведения, принадлежащие галерее, работы на временном хранении, частные коллекции). 5. Какова типичная структура команды в галерее? (Директор, куратор, менеджер по продажам, PR-менеджер, технический персонал). 6. Каковы ключевые качества эффективного лидера в галерейном бизнесе? Как мотивировать команду на достижение общих целей? 7. Как создать благоприятную и творческую атмосферу в галерее? Как решать конфликты и разногласия в команде?
2.	Закономерности межличностного взаимодействия. Социальный диалог как инструмент гармонизации межличностного взаимодействия в экспозиционно выставочной деятельности	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Какие основные закономерности межличностного взаимодействия необходимо учитывать при организации и проведении экспозиций и выставок? (Например, восприятие информации, влияние установок и стереотипов, невербальная коммуникация, ролевое поведение). 2. Как социальные и культурные факторы влияют на межличностное взаимодействие в экспозиционном пространстве? (Возраст, пол, образование, национальность, религиозные убеждения). 3. Как принципы социальной психологии (например, теория социального обмена, теория атрибуции, теория когнитивного диссонанса) могут быть применены для анализа межличностного взаимодействия на выставках? 4. Какие навыки необходимы для успешного ведения социального диалога? (Активное слушание, эмпатия, умение выражать свои мысли четко и уважительно, толерантность к чужому мнению). 5. Конфликты в процессе социального взаимодействия 6. Как Вы будете учитывать потребности различных групп посетителей (например, дети, люди с ограниченными возможностями, представители разных культур) при организации экспозиции и разработке программ социального диалога?

		7. Оцените эффективность использования интерактивных технологий (например, сенсорные экраны, виртуальная реальность, социальные сети) для стимулирования социального диалога в экспозиционном пространстве. 8. Согласны ли Вы с утверждением, что экспозиция должна быть не только информативной, но и эмпатичной? Обоснуйте свой ответ.
3.	Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллективом в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Как национальные культурные ценности могут влиять на стиль работы (например, на отношение к иерархии, к командной работе, к срокам)? Приведите конкретные примеры. 2. Какие существуют эффективные способы преодоления языковых барьеров и культурных недоразумений в многонациональном коллективе? 3. Как создать инклюзивную среду, где сотрудники разных национальностей чувствуют себя комфортно и ценно? 4. Как этично и уважительно относиться к религиозным убеждениям сотрудников, даже если они отличаются от ваших собственных? 5. Как различия в возрасте и опыте работы могут повлиять на взаимодействие в коллективе? Как эффективно управлять межпоколенческими конфликтами? 6. Как учитывать различия в образовательном уровне и социально-экономическом статусе сотрудников? Как обеспечить равные возможности для развития и продвижения по службе? 7. Как создать культуру, в которой ценятся разные точки зрения и опыт, независимо от социального происхождения? 8. Какие гендерные стереотипы существуют в сфере экспозиционно-выставочной деятельности? Как они могут повлиять на карьерные возможности женщин и мужчин? 9. Как экспозиционно-выставочные проекты могут способствовать культурному обмену и взаимопониманию между разными группами населения?
4.	Правовые нормы в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Обзор основных законов и нормативных актов, регулирующих выставочную деятельность (федеральные законы, постановления правительства, региональные акты). 2. Соотношение норм гражданского, авторского, административного и таможенного права в контексте организации выставок. 3. Актуальные изменения в законодательстве, касающиеся выставочной деятельности. 4. Правовой статус организаторов выставок (ООО,

		АО, ИП, НКО). 5. Правовые вопросы аккредитации персонала на выставках. 6. Виды договоров, используемых в выставочной деятельности (договор об участии в выставке, договор аренды выставочной площади, договор на оказание услуг и т.д.). 7. Существенные условия договоров, риски и способы их минимизации. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров. 8. Административная ответственность в выставочной деятельности. 9. Ответственность организатора и экспонента за ущерб, причиненный в ходе выставки
5.	Организация исследовательской работы коллектива в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Основы исследовательской деятельности в экспозиционно-выставочной сфере 2. Определение целей и задач исследования в зависимости от потребностей организации (например, повышение эффективности выставочной деятельности, разработка новых продуктов и услуг, изучение целевой аудитории). 3. Формирование исследовательской группы 4. Планирование исследования 5. Бюджетирование исследования 6. Ресурсное обеспечение исследования 7. Управление рисками в исследовательской деятельности 8. Разработка стратегии развития выставочной деятельности на основе результатов исследований
6.	Выявление в выставочной индустрии факторов, дающих возможность оценивать и ориентировать культурное развитие в перспективном ключе.	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Каким образом выставки отражают и формируют современные культурные тренды? 2. Как выставочное пространство становится платформой для диалога между художниками, кураторами и зрителями? 3. Какие инновационные подходы (технологии, форматы, концепции) используются в выставочной индустрии для привлечения аудитории и представления культурного контента? 4. Как оценивать эффективность экспериментов в выставочном дизайне и их влияние на восприятие культуры? 5. Роль цифровых технологий в развитии выставочной индустрии (виртуальные выставки, AR/VR, мультимедийные инсталляции). 6. Каким образом выставки способствуют открытию и продвижению новых имен в искусстве? 7. Какие механизмы поддержки молодых художников существуют в выставочной индустрии (гранты, резиденции, стипендии)?

		8. Как выставки могут расширить доступ к искусству для начинающих художников из разных регионов и социальных групп? 9. Как выставки могут быть использованы в образовательных целях для разных возрастных групп? 10. Роль кураторов в интерпретации и представлении культурного контекста выставок. 11. Какие интерактивные и образовательные программы можно разработать для расширения аудитории выставок?
7.	Актуальное состояние сферы арт-услуг, ключевые направления и дальнейший рост	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Что, по-вашему, включает в себя понятие "арт-услуги" в современном контексте? Какие конкретные виды деятельности и сервисы вы бы отнесли к этой категории? Приведите примеры. 2. Какие основные факторы влияют на формирование и развитие рынка арт-услуг в настоящее время? (Экономические, социальные, технологические, культурные, политические). 3. Оцените текущее состояние рынка арт-услуг в России/вашем регионе. Какие характеристики можно выделить? (Рост, стагнация, фрагментация, консолидация и т.п.) 4. Какие основные игроки представлены на рынке арт-услуг? (Арт-дилеры, галереи, аукционные дома, онлайн-платформы, независимые консультанты, художники и т.д.) Какова их роль и влияние? 5. Какие существуют барьеры для входа на рынок арт-услуг? (Высокие первоначальные инвестиции, недостаток информации, экспертных знаний, установленные связи и т.п.) 6. Растет ли интерес к современному искусству, и как это влияет на рынок арт-услуг? Какие жанры и направления пользуются особой популярностью? 7. Как развивается рынок услуг по арт-консалтингу и управлению коллекциями? Какие факторы способствуют его росту? 8. Кто является основным потребителем арт-услуг? (Частные коллекционеры, корпоративные клиенты, музеи, институциональные инвесторы и т.д.) Каковы их мотивы, потребности и ожидания? 9. Как меняется профиль потребителя арт-услуг? Растет ли интерес к искусству среди молодого поколения? Как это влияет на рынок? 10. Какое значение имеет ценообразование на арт-рынке? Какие факторы влияют на стоимость произведений искусства и арт-услуг? Насколько прозрачен процесс ценообразования? 11. Какие навыки и компетенции будут наиболее востребованы у специалистов в сфере арт-услуг в будущем?

		12. Какова роль государства в развитии рынка арт-услуг? Какие меры поддержки и регулирования необходимы?
8.	Целевая аудитория рынка арт-услуг и её потребности, предпочтения и поведение	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Кто является типичным потребителем арт-услуг? (Попробуйте разбить на разные категории: покупатели картин, посетители выставок, участники мастер-классов, заказчики кастомизированных изделий и т.д.) 2. Какие демографические, психографические и социокультурные характеристики объединяют разные сегменты целевой аудитории? (Возраст, образование, доход, род занятий, ценности, интересы, стиль жизни, культурный бэкграунд). 3. Какие существуют основные сегменты целевой аудитории на рынке арт-услуг? (Например, "коллекционеры", "любители", "начинающие художники", "корпоративные клиенты", "туристы", "молодежь"). 4. Какие критерии можно использовать для сегментирования целевой аудитории, кроме стандартных демографических? (Например, по уровню вовлеченности в искусство, по мотивации приобретения арт-услуг, по готовности платить за искусство). 5. Как изменилась целевая аудитория арт-услуг за последние годы? (Например, влияние диджитализации, появление новых платформ и форматов). 6. Зачем люди покупают арт-услуги? (Какие потребности они пытаются удовлетворить: эстетические, эмоциональные, социальные, статусные, инвестиционные?) 7. Какие мотивы лежат в основе решения о приобретении арт-услуг? (Самовыражение, вдохновение, развлечение, образование, украшение интерьера, поддержка художнику, инвестиции, следование моде, создание впечатления). 8. Какие барьеры мешают людям приобретать арт-услуги? (Цена, недостаток информации, отсутствие доверия к художникам/галереям, сложность выбора, страх быть обманутым, стереотипы). 9. Как влияет культура и социальный контекст на потребности в арт-услугах? (Сравните потребности в разных странах или у разных социальных групп). 10. Как можно выявить скрытые потребности целевой аудитории на рынке арт-услуг? (Например, через глубинные интервью, наблюдение, анализ социальных сетей). 11. Какие виды арт-услуг наиболее популярны среди разных сегментов целевой аудитории? (Живопись, скульптура, фотография, графика, перформанс, диджитал-арт, мастер-классы, экскурсии, арт-терапия и т.д.) 12. Какие каналы информации используют потреби-

		тели для поиска арт-услуг? (Онлайн-галереи, социальные сети, сайты художников, арт-блоги, выставки, рекомендации друзей, СМИ). 13. Как принимается решение о покупке арт-услуги? (Кто влияет на это решение? Какие факторы являются решающими? Как важна эмоциональная составляющая?). 14. Как потребители воспринимают разные арт-бренды/художников? (Какие ассоциации у них возникают? Что влияет на формирование имиджа бренда?). 15. Где и как чаще всего приобретаются арт-услуги? (Онлайн-платформы, физические галереи, студии художников, арт-ярмарки, аукционы). 16. Какое влияние оказывают цифровые технологии на поведение потребителей арт-услуг? (Онлайн-трансляции выставок, виртуальные туры по галереям, NFT, диджитал-арт).
9.	Конкуренты в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Как бы вы определили понятие "конкуренция" в контексте экспозиционно-выставочной деятельности? (Цель: убедиться, что студенты понимают базовое определение) 2. Почему анализ конкурентов так важен для компаний, работающих в этой сфере? Какие риски возникают при игнорировании конкуренции? (Цель: подчеркнуть необходимость анализа) 3. Какие основные факторы влияют на конкурентоспособность компании на выставочном рынке? (Цель: выявить ключевые факторы успеха) 4. Приведите примеры компаний, которых вы считаете успешными конкурентами в экспозиционно-выставочной деятельности. Что, на ваш взгляд, делает их успешными? (Цель: стимулировать критическое мышление и анализ конкретных примеров) 5. Какие типы конкурентов можно выделить в экспозиционно-выставочной деятельности? (Прямые, косвенные, потенциальные). Приведите примеры для каждого типа. (Цель: классификация конкурентов) 6. Какие методы анализа конкурентов вам известны? Какие из них вы считаете наиболее эффективными для данной сферы? (SWOT-анализ, PESTEL-анализ, анализ пяти сил Портера, бенчмаркинг). (Цель: знание и оценка методов анализа) 7. Предположим, вы работаете в компании, занимающейся дизайном и строительством выставочных стендов. Как бы вы провели анализ конкурентов? Какие данные вам были бы необходимы? (Цель: практическое применение знаний) 8. На какие параметры конкурентов следует обра-

		щать особое внимание при проведении анализа? (Ценовая политика, качество продукции/услуг, клиентская база, маркетинговая стратегия, инновации). (Цель: определение ключевых параметров для сравнения)
10.	Маркетинговые стратегии в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	<i>Вопросы для обсуждения на семинаре</i> 1. Как бы вы определили роль маркетинга в экспозиционно-выставочной деятельности? Каковы его основные цели и задачи? (Цель: Понимание фундаментальной роли маркетинга) 2. Чем маркетинг в выставочной индустрии отличается от маркетинга в других отраслях? Какие существуют специфические особенности? (Цель: Выявление уникальности индустрии) 3. Какие факторы, как внутренние, так и внешние, могут влиять на разработку и реализацию маркетинговой стратегии в выставочной компании? (Цель: Учет контекста) 4. Приведите примеры наиболее успешных маркетинговых кампаний в выставочной индустрии, которые вы знаете. Что сделало их успешными? (Цель: Анализ успешных примеров) 5. Как элементы маркетингового комплекса (Product, Price, Place, Promotion) применяются в экспозиционно-выставочной деятельности? Приведите примеры для каждого элемента. (Цель: Применение классической модели) 6. Как можно адаптировать и расширить модель 4P для более эффективного маркетинга выставочных мероприятий? (People, Process, Physical Evidence). (Цель: Расширение маркетингового инструментария) 7. Как разработать и реализовать эффективную ценовую стратегию для участия в выставке или посещения выставки? (Ценообразование на основе ценности, конкурентное ценообразование, премиальное ценообразование). (Цель: Понимание ценообразования) 8. Какие каналы продвижения наиболее эффективны для привлечения экспонентов и посетителей на выставку? (Онлайн-реклама, социальные сети, email-маркетинг, PR, партнерские программы). (Цель: Выбор каналов коммуникации) 9. Какие цифровые инструменты и технологии используются в маркетинге выставочных мероприятий? (Веб-сайты, социальные сети, CRM-системы, email-маркетинг, контент-маркетинг, виртуальные выставки). (Цель: Цифровой инструментарий)

		10. Как можно использовать социальные сети для продвижения выставочных проектов и вовлечения целевой аудитории? (Цель: Использование социальных сетей) 11. Какие метрики и показатели используются для оценки эффективности маркетинговых кампаний в выставочной индустрии? (ROI, CTR, конверсия, вовлеченность). (Цель: Оценка эффективности) 12. Как виртуальные и гибридные выставочные форматы влияют на маркетинговые стратегии? (Цель: Влияние новых форматов) 13. Что такое позиционирование в контексте выставочной индустрии? Как создать уникальное и привлекательное позиционирование для выставки или выставочной компании? (Цель: Понимание позиционирования) 14. Какова роль брендинга в создании имиджа и репутации выставочной компании или мероприятия? (Цель: Роль брендинга) 15. Как выстроить долгосрочные отношения с клиентами и партнерами в выставочной индустрии? (Программы лояльности, персонализированный сервис, обратная связь). (Цель: Управление отношениями) 16. Каким образом спонсорство и партнерство могут быть использованы в рамках маркетинговой стратегии выставки? (Цель: Использование спонсорства и партнерства)
--	--	---

6.1.1. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Галерея как платформа реализации проектов, кураторских стратегий и работы с коллекциями. Организация и управление командной работой в галерее	<i>Вопросы для самостоятельного изучения</i> 1. Каковы ключевые аспекты работы с коллекциями? (Инвентаризация, хранение, страхование, оценка, реставрация, экспонирование). 2. Как галерея может использовать свою коллекцию для образовательных и исследовательских целей? (Организация выставок, проведение лекций, публикация каталогов). 3. Этические аспекты работы с произведениями искусства. (Происхождение, провенанс, авторские права, подделки). Как галерея должна поступать в случае обнаружения проблем с провенансом произведения? 4. Какие навыки и компетенции необходимы для

		успешной работы в галерее? 5. Как эффективно организовать коммуникацию и взаимодействие между членами команды? Какие инструменты и методы управления проектами можно использовать?
2.	Закономерности межличностного взаимодействия. Социальный диалог как инструмент гармонизации межличностного взаимодействия в экспозиционно-выставочной деятельности	<i>Вопросы для самостоятельного изучения</i> 1. Какие психологические механизмы лежат в основе восприятия искусства и взаимодействия с другими посетителями выставки? (Эмпатия, идентификация, катарсис). 2. Что такое социальный диалог и почему он важен для гармонизации межличностного взаимодействия в экспозиционно-выставочной деятельности? 3. Какие формы социального диалога могут быть использованы в экспозиционном пространстве? (Дискуссии, круглые столы, мастер-классы, перформансы, интерактивные инсталляции). 4. Как социальный диалог может способствовать преодолению барьеров между разными социальными группами и культурными сообществами? 5. Как, по Вашему мнению, можно преодолеть языковые и культурные барьеры, чтобы обеспечить доступность экспозиции для всех посетителей? 6. Должна ли экспозиция провоцировать дискуссии и вызывать разногласия? Обоснуйте свою позицию. 7. Какова степень ответственности куратора и организаторов выставки за создание безопасной и уважительной среды для социального диалога? 8. Может ли искусство быть инструментом социальной трансформации? Приведите примеры.
3.	Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллективом в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	<i>Вопросы для самостоятельного изучения</i> 1. Как избежать стереотипов и предвзятого отношения к сотрудникам, принадлежащим к другим национальным культурам? 2. Какие практические шаги может предпринять руководитель, чтобы учесть религиозные потребности сотрудников (например, предоставление времени для молитвы, соблюдение религиозных праздников)? 3. Как обеспечить нейтралитет в коллективе в отношении религии и избежать конфликтов на религиозной почве? 4. Какие меры можно предпринять для борьбы с гендерной дискриминацией и создания равных возможностей для всех сотрудников? 5. Как обеспечить баланс между работой и личной жизнью для сотрудников обоих полов?

		6. Как стили руководства, принятые в разных культурах, могут отличаться? (Например, авторитарный vs. демократичный стиль). 7. Как адаптировать свой стиль руководства, чтобы эффективно взаимодействовать с сотрудниками, принадлежащими к разным культурам? 8. Какие существуют инструменты и методы для развития межкультурной компетентности у руководителей? 9. Какую роль играет учет культурных и социальных различий в формировании имиджа компании как социально ответственной?
4.	Правовые нормы в сфере экспозиционно выставочной деятельности	<i>Вопросы для самостоятельного изучения</i> 1. Особенности регулирования деятельности государственных и муниципальных выставочных комплексов. 2. Правовые аспекты создания выставочных консорциумов и ассоциаций. 3. Права и обязанности организаторов, экспонентов, посетителей. 4. Ответственность сторон за нарушение условий участия в выставке. 5. Охрана авторских прав на произведения, представленные на выставке (изобразительное искусство, дизайн, архитектура, фотографии, видео и т.д.). 6. Коллективное управление авторскими правами (РАО, ВОИС). 7. Особенности использования объектов авторского права на выставках (права на воспроизведение, распространение, публичный показ). 8. Таможенное регулирование выставочной деятельности.
5.	Организация исследовательской работы коллектива в сфере экспозиционно выставочной деятельности	<i>Вопросы для самостоятельного изучения</i> 1. Основы исследовательской деятельности в экспозиционно-выставочной сфере 2. Определение целей и задач исследования в зависимости от потребностей организации (например, повышение эффективности выставочной деятельности, разработка новых продуктов и услуг, изучение целевой аудитории). 3. Формирование исследовательской группы 4. Планирование исследования 5. Бюджетирование исследования 6. Ресурсное обеспечение исследования 7. Управление рисками в исследовательской деятельности 8. Разработка стратегии развития выставочной деятельности на основе результатов исследований
6.	Выявление в выставочной индустрии факторов,	<i>Вопросы для самостоятельной работы по решению ситуационных задач</i>

	дающих возможность оценивать и ориентировать культурное развитие в перспективном ключе.	1. Ситуация 1. Падение посещаемости выставок в регионе X. Задача: определите ключевые факторы, влияющие на снижение посещаемости. Предложите меры по стимулированию интереса к выставочной деятельности, ориентированные на перспективное культурное развитие региона. 2. Ситуация 2. Выставочная индустрия города Y сталкивается с нехваткой квалифицированных кадров. Задача: Проанализируйте причины кадрового дефицита. Разработайте стратегию по подготовке и привлечению специалистов в выставочную сферу, учитывая потребности культурного развития города. 3. Ситуация 3. Растет популярность онлайн-выставок. Задача: оцените влияние цифровизации на традиционные выставки. Предложите варианты интеграции онлайн- и офлайн-форматов для повышения доступности и привлекательности культурных событий. 4. Ситуация 4. Выставочный комплекс Z испытывает финансовые трудности. Задача: Проведите анализ финансовой устойчивости комплекса. Разработайте план мероприятий по оптимизации расходов и привлечению дополнительных источников финансирования, ориентированный на долгосрочную перспективу. 5. Ситуация 5. Недостаточное освещение выставочной индустрии в СМИ. Задача: разработать инструменты PR и рекламы, направленные на более глубокое освещение современных трендов в культурном развитии выставочной индустрии 6. Ситуация 6. Музей М планирует проведение выставки современного искусства, но сталкивается с критикой со стороны консервативной общественности. Задача: Разработайте стратегию коммуникации с общественностью, которая позволит представить выставку в позитивном свете и подчеркнуть ее вклад в культурное развитие. 7. Ситуация 7. Выставка инновационных технологий N вызывает низкий интерес у специалистов. Задача: определите причины недостаточной заинтересованности. Предложите меры по привлечению целевой аудитории и повышению практической значимости выставки. 8. Ситуация 8. Историческая выставка P не привлекает молодежь. Задача: Разработайте концепцию интерактивной экспозиции, которая позволит заинтересовать молодое поколение историческим наследием. Используйте
--	--	---

		современные технологии и образовательные методики. 9. Ситуация 9. В городе Q проводится ежегодная выставка народного творчества. Задача: оцените влияние выставки на сохранение и развитие народных промыслов, а также на формирование культурной идентичности региона. 10. Ситуация 10. Выставка "Экология будущего" вызвала широкий общественный резонанс. Задача: Проанализируйте, как выставка повлияла на изменение общественного мнения и поведения в отношении экологических проблем.
7.	Актуальное состояние сферы арт-услуг, ключевые направления и дальнейший рост	<i>Вопросы для самостоятельной подготовки информационного проекта</i> 1. Современный рынок арт-услуг: обзор ключевых игроков, сегментов и тенденций. 2. Анализ объема и динамики рынка арт-услуг в [указать регион/страну]. 3. Влияние пандемии COVID-19 на сферу арт-услуг: вызовы и возможности. 4. Цифровизация арт-рынка: трансформация традиционных арт-услуг. 5. Инвестиции в искусство: сравнительный анализ доходности и рисков. 6. Роль арт-услуг в развитии культурного туризма. 7. Арт-консалтинг: специфика, задачи, перспективы развития. 8. Оценка произведений искусства: методы, стандарты, эксперты. 9. Аукционная торговля искусством: анализ успешных кейсов и тенденций. 10. Страхование произведений искусства: особенности и риски. 11. Реставрация и консервация произведений искусства: современные технологии и этические вопросы. 12. Транспортировка произведений искусства: логистика, безопасность, страхование. 13. Арт-менеджмент: роль в продвижении художников и арт-проектов. 14. Развитие галерейного бизнеса в современных условиях. 15. Онлайн-платформы для продажи и покупки искусства: обзор и анализ. 16. Юридические аспекты в сфере арт-услуг: защита авторских прав, экспертиза подлинности. 17. Инновационные бизнес-модели в сфере арт-услуг. 18. Привлечение молодежной аудитории к искусству: роль арт-услуг. 19. Государственная поддержка арт-рынка:

		механизмы, эффективность, перспективы. 20. Влияние новых технологий (блокчейн, NFT, искусственный интеллект) на сферу арт-услуг. 21. Перспективы развития арт-рынка в условиях глобализации. 22. Этика в сфере арт-услуг: проблема фальсификаций, отмыwania денег и других злоупотреблений.
8.	Целевая аудитория рынка арт-услуг и её потребности, предпочтения и поведение	<i>Вопросы для самостоятельного изучения</i> 1. Кто является типичным потребителем арт-услуг? (Попробуйте разбить на разные категории: покупатели картин, посетители выставок, участники мастер-классов, заказчики кастомизированных изделий и т.д.) 2. Какие демографические, психографические и социокультурные характеристики объединяют разные сегменты целевой аудитории? (Возраст, образование, доход, род занятий, ценности, интересы, стиль жизни, культурный бэкграунд). 3. Какие существуют основные сегменты целевой аудитории на рынке арт-услуг? (Например, "коллекционеры", "любители", "начинающие художники", "корпоративные клиенты", "туристы", "молодежь"). 4. Какие критерии можно использовать для сегментирования целевой аудитории, кроме стандартных демографических? (Например, по уровню вовлеченности в искусство, по мотивации приобретения арт-услуг, по готовности платить за искусство). 5. Как изменилась целевая аудитория арт-услуг за последние годы? (Например, влияние диджитализации, появление новых платформ и форматов). 6. Зачем люди покупают арт-услуги? (Какие потребности они пытаются удовлетворить: эстетические, эмоциональные, социальные, статусные, инвестиционные?) 7. Какие мотивы лежат в основе решения о приобретении арт-услуг? (Самовыражение, вдохновение, развлечение, образование, украшение интерьера, поддержка художнику, инвестиции, следование моде, создание впечатления). 8. Какие барьеры мешают людям приобретать арт-услуги? (Цена, недостаток информации, отсутствие доверия к художникам/галереям, сложность выбора, страх быть обманутым, стереотипы). 9. Как влияет культура и социальный контекст на потребности в арт-услугах? (Сравните потребности в разных странах или у разных социальных групп).

		10. Как можно выявить скрытые потребности целевой аудитории на рынке арт-услуг? (Например, через глубинные интервью, наблюдение, анализ социальных сетей). 11. Какие виды арт-услуг наиболее популярны среди разных сегментов целевой аудитории? (Живопись, скульптура, фотография, графика, перформанс, диджитал-арт, мастер-классы, экскурсии, арт-терапия и т.д.) 12. Какие каналы информации используют потребители для поиска арт-услуг? (Онлайн-галереи, социальные сети, сайты художников, арт-блоги, выставки, рекомендации друзей, СМИ). 13. Как принимается решение о покупке арт-услуги? (Кто влияет на это решение? Какие факторы являются решающими? Как важна эмоциональная составляющая?). 14. Как потребители воспринимают разные арт-бренды/художников? (Какие ассоциации у них возникают? Что влияет на формирование имиджа бренда?). 15. Где и как чаще всего приобретаются арт-услуги?(Онлайн-платформы, физические галереи, студии художников, арт-ярмарки, аукционы). 16. Какое влияние оказывают цифровые технологии на поведение потребителей арт-услуг? (Онлайн-трансляции выставок, виртуальные туры по галереям, NFT, диджитал-арт).
9.	Конкуренты в сфере экспозиционно выставочной деятельности	<i>Вопросы для самостоятельного изучения</i> 1. Какие конкурентные преимущества могут быть у компании, организующей выставки? (Уникальная тематика, сильная маркетинговая поддержка, собственная площадка, налаженные связи с партнерами). (Цель: выявление источников конкурентного преимущества) 2. Как компании могут дифференцироваться от конкурентов на выставочном рынке? (Креативный дизайн стендов, инновационные технологии, высокий уровень сервиса, узкая специализация). (Цель: поиск путей дифференциации) 3. Как вы считаете, что важнее в конкурентной борьбе: предлагать самые низкие цены или обеспечивать высокое качество и уникальный сервис? Обоснуйте свой ответ. (Цель: понимание баланса цены и качества) 4. Как цифровые технологии меняют конкурентную среду в экспозиционно-выставочной деятельности? (Цель: акцент на цифровой трансформации) 5. Какие онлайн-инструменты и платформы ис-

		пользуют компании для продвижения своих услуг и привлечения клиентов? Как они могут использоваться для анализа конкурентов? (Цель: использование цифровых инструментов) 6. Какую роль играют социальные сети в конкурентной борьбе на выставочном рынке? (Цель: выявление роли социальных сетей)
10.	Маркетинговые стратегии в сфере экспозиционно-выставочной деятельности	<i>Вопросы для написания реферата по темам</i> 1. Разработка эффективной ценовой политики на выставочные площади и услуги. 2. Каналы продвижения выставок: сравнительный анализ эффективности (онлайн и офлайн). 3. Контент-маркетинг в выставочной индустрии: привлечение внимания, информирование, вовлечение. 4. Social media marketing для выставок: стратегии, инструменты, лучшие практики. 5. Email-маркетинг в выставочной деятельности: построение базы подписчиков, рассылки, автоматизация. 6. Event-маркетинг на выставках: организация мероприятий, привлечение спонсоров, создание впечатлений. 7. Public relations (PR) в выставочной индустрии: работа со СМИ, формирование общественного мнения, кризисные коммуникации. 8. Спонсорство и партнерство в выставочных проектах: привлечение ресурсов, расширение аудитории, повышение узнаваемости. 9. Дизайн выставочного стенда как инструмент маркетинга: привлечение внимания, создание имиджа, коммуникация с посетителями. 10. Стимулирование продаж на выставках: акции, скидки, программы лояльности. 11. Маркетинговые стратегии для международных выставок: культурные особенности, локализация, адаптация. 12. Маркетинг специализированных отраслевых выставок: целевая аудитория, экспертный контент, профессиональное сообщество. 13. Маркетинг выставок современного искусства: привлечение коллекционеров, галерей, критиков. 14. Маркетинг образовательных выставок: привлечение студентов, абитуриентов, преподавателей. 15. Маркетинг виртуальных и гибридных выставок: особенности, преимущества, вызовы. 16. Особенности продвижения региональных выставок 17. Маркетинговые стратегии для выставочных центров: привлечение организаторов, аренда площадей, дополнительные услуги. 18. Маркетинг услуг для экспонентов: дизайн стендов,

		логистика, кейтеринг, техническое обеспечение.
--	--	--

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Галерея как платформа реализации проектов, кураторских стратегий и работы с коллекциями. Организация и управление командной работой в галерее	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
2.	Закономерности межличностного взаимодействия. Социальный диалог как инструмент гармонизации межличностного взаимодействия в экспозиционно выставочной деятельности	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
3.	Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллективом в сфере экспозиционно выставочной деятельности	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
4.	Правовые нормы в сфере экспозиционно выставочной деятельности	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
5.	Организация исследовательской работы коллектива в сфере экспозиционно выставочной деятельности	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
6.	Выявление в выставочной индустрии факторов, дающих возможность оценивать и ориентировать культурное развитие в перспективном ключе.	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
7.	Актуальное состояние сферы арт-услуг, ключевые направления и дальнейший рост	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
8.	Целевая аудитория рынка арт-услуг и её потребности, предпочтения и поведение	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
9.	Конкуренты в сфере экспозиционно выставочной деятельности	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)
10.	Маркетинговые стратегии в сфере экспозиционно выставочной деятельности	Опрос, практические задания, творческое задание (реферат, эссе)

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная учебная литература:

- Каулен, М. Е. Музеефикация историко-культурного наследия России / М. Е. Каулен. — Москва : Этерна, 2012. — 462 с. — ISBN 978-5-480-00285-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/45935.html>

2. Чудосветова, О. В. Всемирное культурное наследие : учебное пособие / О. В. Чудосветова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 71 с. — ISBN 978-5-7937-1451-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102405.html>

3. Майстровская, М. Т. Музей как объект культуры. XX век. Искусство экспозиционного ансамбля / М. Т. Майстровская. — Москва : Прогресс-Традиция, 2018. — 680 с. — ISBN 978-5-89826-508-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/73798.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Маслак, Е. Н. Музейный менеджмент : учебное пособие / Е. Н. Маслак. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 104 с. — ISBN 978-5-9275-3547-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107963.html>

2. Шаманаев, А. В. Охрана культурного наследия в Российской империи : учебное пособие / А. В. Шаманаев, С. Ю. Зырянова ; под редакцией А. С. Мохова. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. — 132 с. — ISBN 978-5-7996-2298-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106484.html>

8.3. Периодические издания:

1. <https://мирмузея.рф/> Журнал «Мир музея»
1. <https://museology.spbu.ru/> Журнал «Вопросы музеологии»
2. <https://panor.ru/magazines/muzei.html#> Журнал «Музей»
3. <https://museumstudy.ru/> Информационно-образовательный портал «Российское музееведение»

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее – сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <https://elibrary.ru/titles.asp> – научная электронная библиотека eLibrary.
2. <https://www.scopus.com> – Scopus – крупнейшая единая база данных научной периодики.
4. <https://apps.webofknowledge.com> – Web of Science – политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных.
5. <http://museumstudy.ru/> Информационно-образовательный портал. Музейные новости для профессионалов.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016;

2. Семейство ОС Microsoft Windows;

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ)

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины.

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-

исследовательская работа);

- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- эссе;
- написание реферата
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Экспозиционно-выставочная деятельность

<i>Направление подготовки</i>	Искусства и гуманитарные науки
<i>Код</i>	50.04.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Галерея как платформа кураторских стратегий и работы с коллекциями
<i>Квалификация выпускника</i>	магистр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Командная работа и лидерство	УК-3
Общепрофессиональные	Руководство коллективом	ОПК-5
Профессиональные	-	ПК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Выстраивает социальный диалог с учетом основных закономерностей межличностного взаимодействия. УК-3.2 Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения УК-3.3 Предвидит и умеет предупредить конфликты в процессе социального взаимодействия УК-3.4 Понимает основные принципы распределения и разграничения ролей в команде УК-3.5 Проявляет готовность к исполнению различных ролей в команде для достижения максимальной эффективности команды
ОПК-5	Способен руководить коллективом в выбранной сфере профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, готов брать на себя всю полноту профессиональной ответственности	ОПК-5.1. Знает и использует социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллективом в сфере профессиональной деятельности, руководствуясь правовыми нормами. ОПК-5.2. Умеет организовать исследовательскую работу коллектива в сфере профессиональной деятельности. ОПК-5.3. Оценивает возможности сотрудников и распределяет конкретные задачи исследования между членами коллектива. ОПК-5.4. Определяет в профессиональной деятельности аспекты, позволяющие оценить и направить развитие культуры в прогрессивном формате, беря на себя ответственность за продуктивность и перспективы развития мировой культуры и культурологических концепций
ПК-2	Способен анализировать рынок арт-услуг и целевую аудиторию	ПК-2.1. Способен проводить исследование текущего состояния современного рынка арт-услуг, выявлять тенденции и прогнозировать его развитие.

		ПК-2.2. Определяет целевую аудиторию и её потребности, предпочтения и поведение. ПК-2.3. Анализирует конкурентов, их предложения и стратегии, чтобы выработать эффективные подходы. ПК-2.4. Разрабатывает маркетинговые стратегии. Создает и реализует планы продвижения арт-услуг с учётом анализа современного рынка и аудитории. ПК-2.5. Отслеживает изменения на рынке и корректировать стратегии в соответствии с новыми условиями.
--	--	--

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-3		
	Закономерности межличностного взаимодействия; особенности конфликтов в процессе социального взаимодействия; принципы распределения и разграничения ролей в команде;	выстраивать социальный диалог с учетом основных закономерностей межличностного взаимодействия; работать в команде, проявляет лидерские качества и умения предупреждать конфликты в процессе социального взаимодействия	готовностью к исполнению различных ролей в команде для достижения максимальной эффективности команды
Код компетенции	ОПК-5		
	социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в руководстве коллектива в сфере профессиональной деятельности, руководствуясь правовыми нормами; возможности сотрудников и задачи исследования коллектива; перспективы	организовать исследовательскую работу коллектива в сфере профессиональной деятельности; оценивать возможности сотрудников и распределять задачи между членами коллектива.	приемами использования социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий в руководстве коллектива в сфере профессиональной деятельности, руководствуясь правовыми нормами.

	развития мировой культуры и культурологических концепций	определять в профессиональной деятельности аспекты, позволяющие оценить направить развитие культуры в прогрессивном формате	
Код компетенции	ПК-2		
	текущее состояния современного рынка арт-услуг; целевую аудиторию и её потребности, предпочтения и поведение; конкурентов; маркетинговые стратегии в экспозиционно-выставочной деятельности	проводить исследование текущего состояния современного рынка арт-услуг, выявлять тенденции и прогнозировать его развитие; отслеживать изменения на рынке арт-услуг и корректировать стратегии в соответствии с новыми условиями. анализировать конкурентов, их предложения и стратегии, чтобы выработать эффективные подходы к экспозиционно-выставочной деятельности.	глобальными и стратегиями роста, базовыми, конкурентными, видами маркетинговых стратегий в экспозиционно-выставочной деятельности; приемами создавать и реализовывать планы продвижения арт-услуг с учётом анализа современного рынка и аудитории; приемами анализа рыночных колебаний и адаптируя тактику, учитывая возникающие обстоятельства.

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.

	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;

		При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ НЕ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым «удовлетворительно».

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4.Типовые контрольные задания для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

УК-3

Примерные темы для эссе

1. Роль социального диалога в создании успешной экспозиции: от замысла до реализации.
2. Межличностное взаимодействие как фактор формирования креативной команды в экспозиционно-выставочной деятельности.
3. Влияние коммуникативных барьеров на эффективность межличностного взаимодействия в процессе подготовки выставки.
4. Этика межличностного общения в экспозиционно-выставочной деятельности: принципы и нормы поведения.
5. Закономерности формирования и развития межличностных отношений в коллективе, работающем над выставочным проектом.
6. Конфликты в межличностном взаимодействии в выставочной деятельности: причины, последствия, способы разрешения.
7. Психологические аспекты влияния экспозиции на межличностное взаимодействие посетителей выставки.
8. Социальный диалог как способ формирования положительного имиджа выставки и её организаторов.

9. Социальный диалог между куратором и художником: условия для продуктивного сотрудничества.
10. Межличностное взаимодействие персонала выставки с посетителями: факторы, определяющие качество обслуживания.
11. Роль невербальной коммуникации в межличностном взаимодействии на выставке.
12. Культурные различия в межличностном взаимодействии на международных выставках.
13. Социальный диалог в онлайн-пространстве: особенности межличностного взаимодействия при виртуальных выставках.
14. Влияние организационной культуры на межличностное взаимодействие в выставочной компании.
15. Использование техник активного слушания и эмпатии для улучшения межличностного взаимодействия в выставочной деятельности.
16. Роль медиации в разрешении конфликтов между участниками выставочного процесса.

Практические задания

Ситуационные задачи

Ситуация 1. Падение посещаемости выставок в регионе X. Задача: определите ключевые факторы, влияющие на снижение посещаемости. Предложите меры по стимулированию интереса к выставочной деятельности, ориентированные на перспективное культурное развитие региона.

Ситуация 2. Выставочная индустрия города Y сталкивается с нехваткой квалифицированных кадров. Задача: Проанализируйте причины кадрового дефицита. Разработайте стратегию по подготовке и привлечению специалистов в выставочную сферу, учитывая потребности культурного развития города.

Ситуация 3. Растет популярность онлайн-выставок. Задача: оцените влияние цифровизации на традиционные выставки. Предложите варианты интеграции онлайн- и офлайн-форматов для повышения доступности и привлекательности культурных событий.

Ситуация 4. Выставочный комплекс Z испытывает финансовые трудности. Задача: Проведите анализ финансовой устойчивости комплекса. Разработайте план мероприятий по оптимизации расходов и привлечению дополнительных источников финансирования, ориентированный на долгосрочную перспективу.

Ситуация 5. Недостаточное освещение выставочной индустрии в СМИ. Задача: разработать инструменты PR и рекламы, направленные на более глубокое освещение современных трендов в культурном развитии выставочной индустрии

Задания открытого типа

1. Основные функции галереи в современном арт-мире.
2. Структура организации и управления командой в галерее. Какие ключевые роли и обязанности существуют?
3. Основные закономерности, которые следует учитывать в экспозиционно-выставочной

деятельности.

4. Что такое "социальный диалог"? Каковы его цели и принципы?
5. Как социальные и культурные факторы влияют на восприятие экспозиции и межличностное взаимодействие между посетителями?
6. Роль невербальной коммуникации в экспозиционно-выставочной деятельности. Какие невербальные сигналы могут способствовать или препятствовать гармоничному взаимодействию?
7. Какие психологические механизмы влияют на межличностное взаимодействие в экспозиционном пространстве?

ОПК-5

Практические задания

Ситуационные задачи

Ситуация 1. Музей М планирует проведение выставки современного искусства, но сталкивается с критикой со стороны консервативной общественности.

Задача: Разработайте стратегию коммуникации с общественностью, которая позволит представить выставку в позитивном свете и подчеркнуть ее вклад в культурное развитие.

Ситуация 2. Выставка инновационных технологий N вызывает низкий интерес у специалистов.

Задача: определите причины недостаточной заинтересованности. Предложите меры по привлечению целевой аудитории и повышению практической значимости выставки.

Ситуация 3. Историческая выставка P не привлекает молодежь.

Задача: Разработайте концепцию интерактивной экспозиции, которая позволит заинтересовать молодое поколение историческим наследием. Используйте современные технологии и образовательные методики.

Ситуация 4. В городе Q проводится ежегодная выставка народного творчества.

Задача: оцените влияние выставки на сохранение и развитие народных промыслов, а также на формирование культурной идентичности региона.

Ситуация 5. Выставка "Экология будущего" вызвала широкий общественный резонанс.

Задача: Проанализируйте, как выставка повлияла на изменение общественного мнения и поведения в отношении экологических проблем.

Примерные темы информационных проектов

1. Современный рынок арт-услуг: обзор ключевых игроков, сегментов и тенденций.
2. Анализ объема и динамики рынка арт-услуг в [указать регион/страну].
3. Влияние пандемии COVID-19 на сферу арт-услуг: вызовы и возможности.
4. Цифровизация арт-рынка: трансформация традиционных арт-услуг.
5. Инвестиции в искусство: сравнительный анализ доходности и рисков.
6. Роль арт-услуг в развитии культурного туризма.
7. Арт-консалтинг: специфика, задачи, перспективы развития.
8. Оценка произведений искусства: методы, стандарты, эксперты.

9. Аукционная торговля искусством: анализ успешных кейсов и тенденций.
10. Страхование произведений искусства: особенности и риски.
11. Реставрация и консервация произведений искусства: современные технологии и этические вопросы.
12. Транспортировка произведений искусства: логистика, безопасность, страхование.
13. Арт-менеджмент: роль в продвижении художников и арт-проектов.
14. Развитие галерейного бизнеса в современных условиях.
15. Онлайн-платформы для продажи и покупки искусства: обзор и анализ.
16. Юридические аспекты в сфере арт-услуг: защита авторских прав, экспертиза подлинности.
17. Инновационные бизнес-модели в сфере арт-услуг.
18. Привлечение молодежной аудитории к искусству: роль арт-услуг.
19. Государственная поддержка арт-рынка: механизмы, эффективность, перспективы.
20. Влияние новых технологий (блокчейн, NFT, искусственный интеллект) на сферу арт-услуг.
21. Перспективы развития арт-рынка в условиях глобализации.
22. Этика в сфере арт-услуг: проблема фальсификаций, отмывания денег и других злоупотреблений.

Задания открытого типа

1. Основные формы социального диалога, которые могут быть реализованы в рамках экспозиционно-выставочного проекта.
2. Как культурные различия могут проявляться в процессе принятия решений, в организационной структуре, в системе мотивации?
3. Каковы возможные последствия игнорирования культурных различий в организации?
4. Каковы основные причины возникновения конфликтов в мульти-культурном коллективе?
5. Какие существуют стратегии управления конфликтами?
6. Как эффективно разрешать конфликты, учитывая культурные особенности сторон?
7. Какие этические дилеммы могут возникать в сфере экспозиционно-выставочной деятельности, связанные с культурными различиями?
8. Как различия в возрасте, образовании, социально-экономическом статусе могут влиять на взаимодействие сотрудников в коллективе?
9. Какие стратегии можно использовать для преодоления социальных барьеров и создания инклюзивной среды?
10. Как учитывать потребности различных социальных групп при организации работы и мотивации сотрудников?
11. Как этнические стереотипы и предрассудки могут влиять на отношения в коллективе?
12. Как учитывать религиозные потребности сотрудников, не нарушая принципов светскости и нейтралитета?
13. Какие коммуникативные барьеры могут возникать в мульти-культурном коллективе, обусловленные социальными, этническими и конфессиональными различиями?

Примерные темы рефератов

1. Разработка эффективной ценовой политики на выставочные площади и услуги.
2. Каналы продвижения выставок: сравнительный анализ эффективности (онлайн и офлайн).
3. Контент-маркетинг в выставочной индустрии: привлечение внимания, информирование, вовлечение.
4. Social media marketing для выставок: стратегии, инструменты, лучшие практики.
5. Email-маркетинг в выставочной деятельности: построение базы подписчиков, рассылки, автоматизация.
6. Event-маркетинг на выставках: организация мероприятий, привлечение спонсоров, создание впечатлений.
7. Public relations (PR) в выставочной индустрии: работа со СМИ, формирование общественного мнения, кризисные коммуникации.
8. Спонсорство и партнерство в выставочных проектах: привлечение ресурсов, расширение аудитории, повышение узнаваемости.
9. Дизайн выставочного стенда как инструмент маркетинга: привлечение внимания, создание имиджа, коммуникация с посетителями.
10. Стимулирование продаж на выставках: акции, скидки, программы лояльности.
11. Маркетинговые стратегии для международных выставок: культурные особенности, локализация, адаптация.
12. Маркетинг специализированных отраслевых выставок: целевая аудитория, экспертный контент, профессиональное сообщество.
13. Маркетинг выставок современного искусства: привлечение коллекционеров, галерей, критиков.
14. Маркетинг образовательных выставок: привлечение студентов, абитуриентов, преподавателей.
15. Маркетинг виртуальных и гибридных выставок: особенности, преимущества, вызовы.
16. Особенности продвижения региональных выставок
17. Маркетинговые стратегии для выставочных центров: привлечение организаторов, аренда площадей, дополнительные услуги.
18. Маркетинг услуг для экспонентов: дизайн стендов, логистика, кейтеринг, техническое обеспечение.

Задания открытого типа

1. Понятие "выставочная деятельность" с юридической точки зрения.
2. Какие нормативные акты регулируют выставочную деятельность в Российской Федерации?
3. Какие организационно-правовые формы могут использовать организаторы выставок? В чем особенности правового статуса каждой формы?
4. Правовая охрана интеллектуальной собственности на выставках.
5. Таможенное регулирование выставочной деятельности.
6. Административная ответственность в выставочной деятельности. Ответственность организатора и экспонента за ущерб, причиненный в ходе выставки.
7. Основные этапы исследовательского процесса. В чем особенности каждого этапа?
8. Что такое методология исследования? Какие основные методы сбора и анализа данных используются в экспозиционно-выставочной деятельности?
9. Опишите процесс планирования исследования. Какие факторы необходимо учитывать при составлении плана-графика?

10. Как осуществляется бюджетирование исследовательского проекта? Какие статьи затрат необходимо учитывать?
11. Какие ресурсы (материальные, технические, информационные) необходимы для проведения эффективного исследования?
12. Какие риски могут возникнуть в процессе проведения исследования? Как их можно минимизировать?
13. Как политические, экономические и социальные факторы влияют на тематику и содержание выставок?
14. Как современные выставки отражают и осмысливают глобальные вызовы (изменение климата, социальное неравенство, миграция и др.)?
15. Каким образом результаты анализа выставочной индустрии могут быть использованы для формирования культурной политики и стратегии развития на региональном и национальном уровнях?
16. Какие критерии можно использовать для оценки эффективности выставочного проекта с точки зрения его влияния на культурное развитие?
17. Актуальное состояние сферы арт-услуг
18. Как развивается рынок арт-консалтинга и управления коллекциями? Какие услуги востребованы и почему?
19. Какое влияние оказывает рост интереса к современному искусству на сферу арт-услуг?
20. Как развивается рынок услуг, связанных с аутентификацией, оценкой и страхованием произведений искусства?
21. Какую роль играет сфера арт-услуг в развитии креативных индустрий и городской экономики?

Тематика курсовых работ

1. История развития экспозиционно-выставочной деятельности в России.
2. Роль выставочных пространств в формировании культурной идентичности.
3. Экспозиционные методы в современных музеях.
4. Влияние цифровых технологий на восприятие выставочных проектов.
5. Дизайн выставочных пространств: от концепции до реализации.
6. Экспозиция как инструмент коммуникации с аудиторией.
7. Особенности организации выставок в малых городах.
8. Роль интерактивных элементов в выставочных проектах.
9. Экспозиционная деятельность в контексте устойчивого развития.
10. Анализ успешных выставочных проектов в России и за рубежом.
11. Инновационные подходы к созданию музейных экспозиций.
12. Роль освещения в создании экспозиционного пространства.
13. Экспозиционная деятельность в условиях ограниченного бюджета.
14. Проектирование временных выставок: особенности и перспективы.
15. Влияние девиантного искусства на восприятие выставочных пространств.
16. Экспозиционные стратегии в музеях современного искусства.
17. Роль выставочных проектов в популяризации науки.
18. Экспозиционная деятельность в образовательных учреждениях.
19. Особенности организации выставок в частных коллекциях.

20. Роль выставочных проектов в сохранении культурного наследия.
21. Экспозиционные методы в исторических музеях.
22. Влияние выставочных проектов на развитие туризма.
23. Роль выставочных пространств в формировании городской среды.
24. Экспозиционная деятельность в условиях пандемии.
25. Особенности организации выставок в онлайн-формате.
26. Роль выставочных проектов в развитии креативных индустрий.
27. Экспозиционные методы в этнографических музеях.
28. Влияние выставочных проектов на формирование общественного мнения.
29. Роль выставочных пространств в развитии межкультурного диалога.
30. Экспозиционная деятельность в контексте глобализации.
31. Особенности организации выставок в условиях ограниченного пространства.
32. Роль выставочных проектов в сохранении природного наследия.
33. Экспозиционные методы в музеях науки и техники.
34. Влияние выставочных проектов на развитие креативного мышления.
35. Роль выставочных пространств в формировании молодежной аудитории.
36. Экспозиционная деятельность в условиях цифровизации общества.
37. Особенности организации выставок в условиях климатических изменений.
38. Роль выставочных проектов в развитии экологического сознания.
39. Экспозиционные методы в музеях искусства.
40. Влияние выставочных проектов на развитие культурного туризма.
41. Использование виртуальной реальности в выставочной деятельности.
42. Экспозиционные подходы к представлению археологических находок.
43. Роль выставочных проектов в сохранении нематериального культурного наследия.
44. Экспозиционные методы в музеях естественной истории.
45. Влияние выставочных проектов на развитие инклюзивного искусства.
46. Роль выставочных пространств в формировании экологической культуры.
47. Экспозиционная деятельность в условиях постковидного мира.
48. Особенности организации выставок в условиях урбанизации.
49. Роль выставочных проектов в развитии гастрономического туризма.
50. Экспозиционные методы в музеях современного дизайна.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.