

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Социально-гуманитарный факультет
Кафедра культурологии, философии и искусствоведения

ЛОКАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Рабочая программа дисциплины

Направления подготовки
42.04.05 «Медиакоммуникации»
Направленность (профиль) подготовки
«Медиаменеджмент»

квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Заочная

Кемерово

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», квалификация (степень) выпускника «магистр».

Утверждена на заседании кафедры культурологии, философии и искусствоведения и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная информационно-образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu2020.kemguki.ru> (23.05.2022 г., протокол № 10).

Переутверждена на заседании кафедры культурологии, философии и искусствоведения и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная информационно-образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu2020.kemguki.ru> (23.05.2023 г., протокол № 10).

Переутверждена на заседании кафедры культурологии, философии и искусствоведения и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная информационно-образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu2020.kemguki.ru> (23.05.2024 г., протокол № 10).

Локальная идентичность и креативная экономика: рабочая программа дисциплины по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», направленность (профиль) «Медиаменеджмент», (степень) выпускника «Магистр» / сост. Н.С. Попова. – Кемерово: Кемеровский гос. ин-т культуры, 2022. – 23 с. – Текст непосредственный.

Составитель: доцент кафедры культурологии, философии и искусствоведения, кандидат искусствоведения Н.С. Попова

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Локальная идентичность и креативная экономика» являются:
- формирование целостных представлений об основных вехах развития современных городских исследований в гуманитаристике, а также практика разработки туристического продукта или услуги.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Локальная идентичность и креативная экономика» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений. Она призвана способствовать исследовательскому и прикладному самоопределению магистров, выработке рефлексивной позиции по отношению к методам исследования локальной идентичности российских городов и других поселений. Теоретическая часть курса связана с такими дисциплинами, как «Медиапсихология», «Основы государственной культурной политики РФ».

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для следующих дисциплин ОПОП: «Современный медиатекст», «Программирование и визуализация медиапроектов».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций (ОПК, ПК) и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; основные теории мотивации, лидерства; стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях;	организовать собственное взаимодействие в команде; определять свою роль в команде; принимать рациональные решения и обосновывать их; планировать последовательность шагов для достижения заданного результата;	навыками организации работы в команде для достижения общих целей; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики;
ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиакоммуникационную деятельность	теорию и технологии менеджмента; нормативно-правовую документацию, регламентирующую медиасреду; особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели	принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности; осу-	современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиaprостранстве

	деятельности	<p>существлять статистический анализ; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений</p>	
--	--------------	--	--

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника:

06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973) – Трудовая функция – организация распространения продукции СМИ, организация продвижения продукции СМИ.

06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230). Трудовая функция – Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте, создание и редактирование информационных ресурсов, управление информационными ресурсами.

11.006 Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г., регистрационный № 33899). Трудовая функция – работа над содержанием публикаций СМИ, организация работы подразделения СМИ.

4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины:

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 180 академических часов или 5 зачетных единиц, рассчитана на изучение этой дисциплины на 1-2 курсах (2-3 семестры). Во третьем семестре (заочная форма обучения) трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы: 8 академических часов выделено на аудиторную работу с обучающимися, 91 часа – самостоятельная работа обучающихся, в том числе доля аудиторных занятий в интерактивных формах - 4 часа, что составляет 50 %. Формой промежуточной аттестации студентов по дисциплине определен экзамен (3 семестр).

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины (модуля) организуется путем проведения практических (лабораторных, семинарских занятий), предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Структура дисциплины (заочная форма)

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включающая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) в соотв. с требованиями ФГОС ВО			Интерактивные формы обучения	СРО
			лекц	сем. (прак- тич.)	Индивид. занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	<i>Раздел 1. Маркетинг и стратегическое планирование города</i>	1					
1.1	Виды маркетинговых стратегий	1	2				4
1.2	Методы и технологии маркетинговых стратегий	1		2			4
1.3	Тематические направления маркетинга города	1		2			4
1.4	Бренд города: понятие, структура, условия возникновения	1					4
1.5	Технология брендинга города: этапы, методы, участники	1	2				4
1.6	Инновационные инструменты развития бренда города	1		2		Учебный проект (4 часа)	6
	<i>Всего за 1 семестр: 36</i>	1	4	6			26
1	<i>Раздел 2. Интеграционные процессы и художественная целостность в архитектуре города</i>	2					
2.1	Практика художественной интеграции в архитектуре	2	1				6
2.2	Семиотика архитектуры в современном городе	2		2			6
2.3	Коммуникация и геометрия города	2		2			6
2.4	Пространство города и онтологические модели	2		2			6

	соображения						
2.5	Культурная и социальная роль граффити	2					6
2.6	Город от высоких технологий до проблем экологии	2		2		Учебный проект (4 часа)	6
2.7	Свойства стекла в координатах архитектуры города	2	1				8
2.8	Искусство как средство социальной адаптации	2	1				8
2.9	Современная архитектурные концепции городов	2	1				8
	Всего за 2 семестр: 72		4	8			60
	ИТОГО: 180 Промежуточная аттестация – зачет		8	14		В интерактивных формах – 8 часа	86
			22				

4.3. Содержание дисциплины

№ п/п	Содержание дисциплины (разделы, темы)	Результаты обучения	Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации
Раздел 1. Маркетинг и стратегическое планирование города			
1.	Тема 1.1 Виды маркетинговых стратегий Виды городских маркетинговых стратегий. Внешним и внутренним стратегиям маркетинга. Инвестиционный, туристический маркетинг, маркетинг привлечения жителей. Типология маркетинговых исследований. Семь типов маркетинговых исследований: 1) Города – лидеры, 2) Города – предприниматели, 3) Развлекательные города, 4) Города – музеи, 5) Умные города, 6) Города – посредники, проводники и перекрестки, 7) Города уникального имиджа.	Формируемые компетенции: УК-3, ПК-3 Знать: особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; основные теории мотивации, лидерства;	Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование
2.	Тема 1.2 Методы и технологии маркетинговых стратегий Планирование маркетинговой стратегии. Позиционирование города: 1) определение проблемы, постановка задач, 2) анализ заинтересованных сторон, 3) определение критериев успешности проекта, 4) сегментирование рынка, определение целевой аудитории, 5) выбор/уточнение маркетинговой стратегии. Маркетинговая коммуни-	стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях; теорию и технологии менеджмента; нормативно-правовую документацию, регламентирующую медиасреду; особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические	Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование

	<p>кация: 6) подбор инструментов маркетинговой коммуникации, 7) определение индикаторов успеха, планирование мониторинга и оценки проекта, 8) определение участников проекта, распределение функций, 9) формирование проекта.</p>	<p>показатели деятельности; Уметь: организовать собственное социальное взаимодействие в команде; определять свою роль в команде; принимать рациональные решения и обосновывать их; планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности; осуществлять статистический анализ; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений;</p>	
3.	<p>Тема 1.3 Тематические направления маркетинга города Инвестиционный маркетинг. Способы фиксация приоритетов инвестиционной политики города. Административное и институциональное обеспечение инвестиционной политики. Аналитические функции: 1) инвентаризация и анализ инвестиционного климата в городе; 2) мониторинг и анализ инвестиционного процесса, формирование соответствующих аналитических отчетов (обязательно с рекомендациями по корректировке инвестиционной политики города); 3) разработка и регулярное обновление инвестиционного паспорта города; контактно-информационные функции: 4) прямые контакты с потенциальными и действующими инвесторами, координация и сопровождение инвестиционных проектов; 5) административное сопровождение инвестиционных проектов, организация конкурсов инвестиционных проектов; 6) организация участия администрации города в конкурсных проектах (федеральные и региональные целевые программы, грантовые проекты, тендеры и т.д.). Конкретные действия: поиск проектов, подготовка конкурсных заявок, представление города на конкурсах, подбор рабочих групп по реализации проектов; маркетинговые функции: 7) проведение комплекса мер по инвестиционному маркетингу города; 8) распространение рекламной информации об инвестиционных площадках города и его инвестиционном климате; 9) содействие городским предприятиям в продвижении их продукции на внешних рынках (информирование, поиск партнеров, анализ рынков, организация стендов на выставках и т.д.); функции планирования: 10) разработка и планирование новых мероприятий, направленных на улучшение инвестиционного климата в городе; 11) контроль за выполнением целевой программы по повышению инвестиционной привлекательности города.</p>	<p>Владеть: навыками организации работы в команде для достижения общих целей; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики; современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве.</p>	<p>Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование</p>

4.	Тема 1.4 Бренд города: понятие, структура, условия возникновения Понятие «бренд города». Механизмы формирования имиджа города. Факторы, влияющие на бренд города: стабильные, изменчивые и символические. Практика сочетания концепции (замысла) бренда и ее успешного (полного и правильного) отражения в имидже бренда.		Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование
5.	Тема 1.5 Технология брендинга города: этапы, методы, участники Концепция бренда города. Идея бренда города. Ценности бренда города. Функциональные, социальные, эмоциональные ценности. Дизайн бренда города.		Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование
6.	Тема 1.6 Инновационные инструменты развития бренда города Ивент-маркетинг, производственный туризм экотуризм, реализация уникальных инфраструктурных мегапроектов, использование сюжетов о городе в кино и рекламе, организация кинофестивалей, использование общественной дипломатии, социальные медиа.		Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование
Раздел 2 Интеграционные процессы и художественная целостность в архитектуре города			
7.	Тема 2.1. Практика художественной интеграции в архитектуре Концепция художественной интеграции в урбанистике. Три поля художественной интеграции: пространственно-временное, художественное и персонально-личностное. Функциональные, социальные и художественные аспекты архитектуры города. Дефиниции архитектуры как вида искусства: творческое мироосвоение и формирование авторской картины мира; архитектура с сильной художественно-образной составляющей, целостность решений социальных, функциональных и художественных задач.	Формируемые компетенции: УК-3, ПК-3 Знать: особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; основные теории мотивации, лидерства; стили лидерства и возможности их применения в раз-	Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование

8.	<p>Тема 2.2. Семиотика архитектуры в современном городе</p> <p>Семиотические исследования в истории архитектуры. Формальная логика в эстетике архитектурного образа и символизм форм для горожанина. Воображаемое символическое пространство города и конкретных зданий. Переход от функциональности к символизму здания. Архитектура как сценическая площадка.</p>	<p>личных ситуациях; теорию и технологии менеджмента; нормативно-правовую документацию, регламентирующую медиасреду; особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности;</p> <p>Уметь:</p>	
9.	<p>Тема 2.3. Коммуникация и геометрия города</p> <p>Геометрия города как инструмент для глобального высказывания. Взгляды на геометрию города в теоретических трудах Л.Б. Альберти. Время и пространство города в исследованиях философов Ж. Дерриды, Ж. Лакана. Визуально-графический образ города и его геометрический вид.</p>	<p>организовать собственное социальное взаимодействие в команде; определять свою роль в команде; принимать рациональные решения и обосновывать их; планировать последовательность шагов для достижения заданного результата;</p>	<p>Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование</p>
10.	<p>Тема 2.4. Пространство города и онтологические модели соображения</p> <p>Введение понятия «постгород» в дискурс об урбанизме. Устаревшие характеристики города и «знаки» меняющегося городского пространства. Осознание мышление и бытия города как уникальный опыт проживания и переживания городского пространства, постоянного воссоздания его «телесности». Интенсивность городской жизни начала XXI века, ее последствия. Город как искусство коммуникативных практик.</p>	<p>принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности; осуществлять статистический анализ; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений;</p>	<p>Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование</p>
11.	<p>Тема 2.5. Культурная и социальная роль граффити</p> <p>Развитие граффити в городах по американскому образцу. Социально значимые граффити и их роль в визуальном облике города. Граффити как форма высказывания для представителей контркультуры. Действия и политика мэрии в отношении произведений и авторов стрит-арта.</p>	<p>Владеть:</p> <p>навыками организации работы в команде для достижения общих целей; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики;</p>	<p>Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование</p>
12.	<p>Тема 2.6. Город от высоких технологий до проблем экологии</p> <p>Соотношение экологии и архитектуры во второй половине XX – начале XXI века. Приемы объединения энергии и ресурсов в городе, их последствия. Прагматичные задачи современной городской архитектуры. Новые технологии в городской среде как «полигон» для экспериментов.</p>	<p>современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в</p>	<p>Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование</p>

13.	Тема 2.7. Свойства стекла в координатах архитектуры города Стекло как выразительное средство живописи и новый строительный материал. Выразительные свойства современного архитектурного пространства. Стекло как способ дематериализации пространства. Физические свойства и символическое значение стекла в архитектурной композиции.	медиапространстве.	Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование
14.	Тема 2.8. Искусство как средство социальной адаптации в городе Основные тенденции развития общественного искусства в жилых кварталах современного города. Сценарий использования искусства для социальной адаптации горожан. Две основные тенденции интеграции общественного и монументального искусства. Концепция постфункционалистского урбанизма. Значение очагов художественного творчества и произведений искусства в жилой среде, их влияние на успешное экономическое развитие города. Практика привлечения местных художников и активистов для осуществления гармоничного и неконфликтного сосуществования различных социальных групп.		Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование
15.	Тема 2.9. Современные архитектурные концепции городов Концепции и траектории развития современных городов. Взаимосвязь с экономикой города и объемом въездного туризма. Деконструктивизм и постмодернизм в архитектуре и градостроительстве. Архитектурный паразитизм современной архитектуры. Новый тип горожанина в ментальном и деятельностном проявлении.		Устный опрос; подготовка рефератов, выполнение практических заданий, тестирование

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1. Образовательные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Локальная идентичность и креативная экономика» используются:

- традиционные образовательные технологии, включающие лекции, на которых студентам предлагаются для рассмотрения исторические, теоретические, дискуссионные вопросы в соответствии с рабочей учебной программой;
- интерактивные образовательные технологии, включающие разработку и презентацию тематического учебного проекта и коллективного обсуждения основных, проблемных вопросов в рамках проекта.

Формами организации аудиторных занятий являются:

- лекции, на которых рассматриваются теоретические, проблемные, дискуссионные вопросы в соответствии с рабочей учебной программой;
- семинарские занятия в форме опроса, обсуждения основных, проблемных вопросов, а также подготовки студентами сообщений по предложенным темам.

Самостоятельная работа студентов включает изучение учебной литературы, первоисточников, оригинальной научной и нормативной литературы; выполнение письменных заданий, подготовку устных выступлений.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения лекционных занятий; проверка выполнения практических заданий, установленных планом самостоятельной работы студента; подготовка рефератов, итоговое тестирование по курсу; форма промежуточной аттестации – экзамен.

5.2. Информационно-коммуникационные технологии

В ходе изучения дисциплины «Локальная идентичность и креативная экономика» используются информационно-коммуникационные технологии:

На сайте «Электронная образовательная среда КемГИК» (<https://edu.kemgik.ru>) размещены теоретические, практические, методические, информационные, контрольные материалы по дисциплине. Ознакомление с данными ресурсами доступно каждому студенту посредством логина и пароля. Электронная образовательная среда КемГИК обеспечивает обучающимся доступ к учебным изданиям, учебно-методическим разработкам, фиксацию хода образовательного процесса и его результатов, взаимодействие между участниками образовательного процесса.

. При подготовке к практическим занятиям и выполнении заданий, установленных планом самостоятельной работы студента, используются современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие доступ к электронным ресурсам.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы (СР) обучающихся

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СР обучающихся

Для успешного освоения курса «Локальная идентичность и креативная экономика» студентам доступен фонд оценочных средств, размещенных в «Электронной образовательной среде КемГИК» (<https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=4238>), в который входят перечень и оценка рефератов, тестовые задания и вопросы к экзамену. Кроме того, в «Электронной образовательной среде КемГИК» (<https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=4238>) размещены критерии оценки типов самостоятельных заданий.

6.2. Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Успешное изучение дисциплины возможно только при правильной организации самостоятельной работы студента по изучению курса.

Самостоятельная работа как форма обучения включает аудиторную и внеаудиторную работу.

Аудиторная самостоятельная работа включает:

- определение основных понятий;
- конспектирование основного содержания лекции;
- обобщение, сравнение с ранее изученным материалом, выделение нового;
- решение тестов.

Внеаудиторная самостоятельная работа включает:

- подготовку рефератов, их устную защиту;
- выполнение практических заданий в соответствии с планом самостоятельной работы;
- подготовку к тестированию;
- проверку и уточнение усвоенных ранее знаний при подготовке к экзамену.

При изучении дисциплины студенты не должны ограничиваться прослушиванием и конспектированием лекций. Основной целью лекционных занятий является ознакомление с сутью и основным содержанием той или иной проблемы. Лекция определяет круг вопросов, на которые студент должен обратить внимание при самостоятельной подготовке, обращаясь к учебной, научной, периодической литературе, Интернет-ресурсам и иным источникам.

Целью проблемных лекций является качественное улучшение процесса усвоения теоретических знаний, т. к. на лекциях формируется готовность к анализу социально и культурно значимых проблем, и процессов, важных для понимания социально-политических, культурных и нравственных проблем современности. Кроме того, каждый студент получает возможность сам оценить, насколько он усваивает материал и что ему необходимо повторить.

Способ взаимодействия между студентами - координация, где все участники группы равноправны. Каждый участник диалогической или триады задает свой вопрос другому участнику. Чтобы задать свой вопрос и ответить на чужой вопрос студент должен концентрировать свое внимание на лекции.

Важную часть учебного процесса составляют семинарские занятия. Они, с одной стороны, способствуют упорядочиванию знаний, которые получает студент на лекционных занятиях и в процессе самостоятельной подготовки, а, с другой, позволяют преподавателю осуществлять контроль за текущей учебной работой студентов и скорректировать знания последних с учетом требований, которые будут предъявлены к ответам студентов на экзамене. Для подготовки к семинарскому занятию студенту необходимо ознакомиться с обязательной учебной литературой, а также с рекомендованной в программе курса литературой, дающей дополнительные знания по пройденному материалу. Кроме того, студенты должны выполнить задания для самостоятельной работы по изучаемой теме.

При подготовке к экзамену студенту следует изучать каждую тему системно и комплексно, чтобы иметь цельное представление о ее содержании. После надлежащего усвоения содержания всех тем курса целесообразно еще раз обратить внимание на отдельные вопросы, изучение которых требует дополнительных усилий.

6.3. Содержание самостоятельной работы

Содержание самостоятельной работы для обучающихся (заочная форма обучения)

Темы для самостоятельной работы студентов	Количество часов	Виды и содержание самостоятельной работы студентов
<i>Раздел 1. Маркетинг и стратегическое планирование города</i>		
Тема 1.1 Виды маркетинговых стратегий	4	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 1.2 Методы и технологии маркетинговых стратегий	4	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 1.3 Тематические направления маркетинга города	4	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 1.4 Бренд города: понятие, структура, условия возникновения	4	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 1.5 Технология брендинга города: этапы, методы, участники	4	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 1.6 Инновационные инструменты развития бренда города	6	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
<i>Раздел 2 Интеграционные процессы и художественная целостность в архитектуре города</i>		

Тема 2.1. Практика художественной интеграции в архитектуре	6	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 2.2. Семиотика архитектуры в современном городе	6	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 2.3. Коммуникация и геометрия города	6	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 2.4. Пространство города и онтологические модели соображения	6	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 2.5. Культурная и социальная роль граффити	6	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 2.6. Город от высоких технологий до проблем экологии	6	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 2.7. Свойства стекла в координатах архитектуры города	8	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 2.8. Искусство как средство социальной адаптации	8	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Тема 2.9. Современные архитектурные концепции городов	8	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
Итого	72	

7. Фонд оценочных средств

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде <https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=4238>.

8. Учебно-библиографическое и информационное обеспечение дисциплины:

8.1. Основная литература

1. Гущин, А. Н. Теория устойчивого развития города : учебное пособие / А. Н. Гущин. – Москва : Директ-Медиа, 2011. – 131 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=69892> (дата обращения: 31.03.2022). – ISBN 978-5-9989-9958-1. – DOI 10.23681/69892. – Текст : электронный.
2. Горнова, Г. В. Городская идентичность: философско-антропологические основания / Г. В. Горнова. – Омск : б.и., 2019. – 169 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=620882> (дата обращения: 31.03.2022). – Библиогр.: с. 109-113. – ISBN 978-5-6044095-8-9. – Текст : электронный.
3. Флиер, А. Я. Культурология для культурологов : учебное пособие для магистрантов / А. Я. Флиер ; науч. ред. И. В. Малыгина, О. И. Горяинова ; Научная ассоциация исследователей культуры. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Согласие, 2015. – 672 с. : табл. – Режим

доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430111> (дата обращения: 11.11.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-906709-30-1. – Текст : электронный.

8.2. Дополнительная литература

4. Головацкий, Е. В. Социология территорий : учебное пособие : [16+] / Е. В. Головацкий, С. Г. Четошников ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2018. – 145 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573537> (дата обращения: 31.03.2022). – Библиогр.: с. 123-132. – ISBN 978-5-8353-2311-1. – Текст : электронный.
5. Замятин, Д. Н. Геокультурный брендинг городов и территорий: от теории к практике: книга для тех, кто хочет проектировать и творить другие пространства / Д. Н. Замятин. – Санкт-Петербург : Алетей, 2020. – 668 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597175> (дата обращения: 31.03.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-00165-011-9. – DOI 10.23681/597175. – Текст : электронный.
6. Молодежь в городе: культуры, сцены и солидарности / сост. и науч. ред. Е. Л. Омельченко ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 504 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600850> (дата обращения: 31.03.2022). – Библиогр.: с. 449 - 482. – ISBN 978-5-7598-2128-1 (в обл.). - ISBN 978-5-7598-2208-0 (e-book). – DOI 10.17323/978-5-7598-2128-1. – Текст : электронный.
7. Основы культурологии: учебное пособие для вузов / отв. ред. И. М. Быховская. – Москва : Едиториал УРСС, 2005. – 496 с.. – Текст непосредственный (библиотека КемГИК).

8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Институт прикладной урбанистики Свята Мурунова. – Режим доступа: <http://workshop.university.ru/>
- ИНТУИТ: Национальный открытый университет. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru>
- КБ Стрелка: городские проекты. – Режим доступа: <https://strelka-kb.com/portfolio>
- Сайт памяти урбаниста В. Л. Глазычева. – Режим доступа: http://www.glazychev.ru/courses/1998-10-30_predstavlenie_o_gorode.htm
- Фонд «Городские проекты Ильи Варламова и Максима Каца». – Режим доступа: <https://city4people.ru/>

8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы

Вуз располагает необходимыми программным обеспечением:

Программное обеспечение:

- *лицензионное программное обеспечение:*
 - Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP)
 - Антивирус - Kaspersky Endpoint Security для Windows
 - Система оптического распознавания текста - ABBYY FineReader
- *свободно распространяемое программное обеспечение:*
 - Браузер Mozilla Firefox (Internet Explorer)
 - Программа-архиватор - 7-Zip
 - Служебные программы - Adobe Reader, Adobe Flash Player
 - Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наличие учебной лаборатории, оснащенной проекционной и компьютерной техникой, интегрированной в Интернет.

10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

- адаптированная образовательная программа,
- индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья - устанавливаются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

- для лиц с нарушением зрения задания предлагаются с укрупненным шрифтом,
- для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ,
- для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата – двигательные формы оценочных средств – заменяются на письменные или устные с исключением двигательной активности,
- при необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

11. Перечень ключевых слов

Гигантизм	Мегаполис
Город	Метрополия
Городское сообщество	Моногород
Застройка	Общественное пространство
Качество жизни	Плотность
Компактность	Пространство
Конурбация	Сегрегация
Креативный город	Символика города
Ландшафт	Урбанистика

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП	3
4. Объем, структура и содержание дисциплины	4
4.1 Объем дисциплины	4
4.2 Структура дисциплины	5
4.3 Содержание дисциплины	6
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии	10
5.1 Образовательные технологии	10
5.2 Информационно-коммуникационные технологии обучения	11
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы (СР) обучающихся	11
6.1 Перечень учебно-методического обеспечения для СР обучающихся	11
6.2 Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы	11
6.3 Содержание самостоятельной работы	12
7. Фонд оценочных средств (ФОС)	
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
8.1 Основная литература	13
8.2 Дополнительная литература	14
8.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	14
8.4 Программное обеспечение и информационные справочные системы	14
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	15
11. Список (перечень ключевых слов)	15