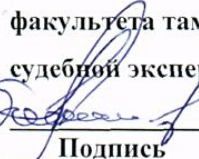


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

РЕКОМЕНДОВАНО
К УТВЕРЖДЕНИЮ:
Декан, председатель совета
факультета таможенного дела и
судебной экспертизы

С.Г. Мурадалиев
Подпись

«29» 09 2018г.

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
председатель методического
совета ФГБОУ ВО «ДГТУ»


Н.С. Суракатов
Подпись

«24» 09 2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.13.2 Основы шоу-бизнеса в СКС
наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС

для направления 43.03.01 – Сервис
шифр и полное наименование направления

профиль Социокультурный сервис

факультет Таможенного дела и судебной экспертизы

кафедра Психологии и социально-культурного сервиса
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

Форма обучения очная, курс 4 семестр 8
очная, заочная, др.

Всего трудоемкость в зачетных единицах (часах) 108 ч. (3 ЗЕТ)

лекции 16 (час); зачет 8 сем

практические (семинарские) занятия 24 (час); экзамен -
(семестр)

лабораторные занятия - (час); самостоятельная работа 68 (час);

курсовой проект (работа, РГР) - (семестр).

Зав. кафедрой П и СКС 
подпись Сулаева Ж.А.

Начальник УО 
подпись Магомаева Э.В.



Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций ООП ВО по направлению 43.03.01 - «Сервис» и профилю подготовки «Социокультурный сервис».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры психологии и социально-культурного сервиса от 12.09.2018 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному направлению (профилю)


Подпись

Сулаева Ж.А.
ФИО

ОДОБРЕНО:

Методической комиссией
по укрупненной группе специальностей и
направлений 43.00.00 – Сервис и
туризм


Подпись

Н.Р.Девришбеков
ФИО

АВТОР(Ы) ПРОГРАММЫ:

Курбанова А.Д.
к.э.н., доцент каф.ПиСКС
ФИО, уч. степень, ученое звание


Подпись

12.09.2018г.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы шоу-бизнеса в СКС» дать студентам целостное представление о сущности шоу-бизнеса и сформировать умения и навыки, необходимые для совершенствования собственной профессиональной деятельности на основе правильного определения и переосмысления своего места и роли в шоу-бизнесе.

Задачи изучения дисциплины:

изучение закономерностей функционирования предпринимательства и шоу-бизнеса;

изучение основных концептуальных подходов к определению предпринимательства и шоу-бизнеса;

изучение влияния предпринимательства и шоу-бизнеса на развитие экономики.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина Б1.В.ДВ.13.2 «Основы шоу-бизнеса в СКС» входит в вариативную часть дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ). Изучение дисциплины «Основы шоу-бизнеса» требует наличия у студентов знаний по таким дисциплинам как: «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе», «Менеджмент в социально-культурном сервисе», «Стратегический менеджмент», «Социальная статистика», «Разработка управленческого решения».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Основы шоу-бизнеса в СКС»

При изучении дисциплины «Основы шоу-бизнеса в СКС» у студентов формируются следующие компетенции:

общефессиональными компетенциями (ОПК):

готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя (ОПК-3).

профессиональные (ПК):

готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-4);

В результате изучения дисциплины «Основы шоу-бизнеса в СКС» студент должен:

Уметь:

- проводить классификацию, выбирать главное и определять основные приоритеты;
- анализировать, систематизировать и обобщать информацию;
- обосновывать выбор в предпринимательской деятельности и полученных результатов;
- работать с базами данных и другой информацией;
- проводить сравнительный анализ деловых стратегий компаний по их основным составляющим;
- приобрести навыки деловых людей.

Знать:

- основные понятия, термины и показатели;
- мировой и отечественный деловой опыт;
- государственное регулирование в сфере шоу-бизнеса;
- основы создания собственного дела;

- перспективы в сфере шоу-бизнеса.

Владеть:

- основами законодательного регулирования шоу-бизнеса, стратегией, приемами маркетинга и менеджмента в шоу-бизнесе.

4. Структура и содержание дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы – 108 часов, в том числе лекционных – 16 часов, практических – 24 часов, СРС - 68 часов; форма отчетности: 8 семестр - зачет.

4.1.Содержание дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины Тема лекции и вопросы	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего* контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				ЛК	ПЗ	СР	
1	<p>Тема 1. Введение в предпринимательскую деятельность</p> <p>1. Предпринимательство: природа, понятие, функции.</p> <p>2. Современные концептуальные подходы к определению предпринимательства. Бизнес как проявление деловой активности людей.</p> <p>3. Традиционные и нетрадиционные виды бизнеса. Деловая стратегия компании и её составляющие.</p> <p>4. Национальная деловая культура как первооснова деловой стратегии компании.</p>	8	1	2	3	9	Входной контроль
2	<p>Тема 2. Деловые культуры мира</p> <p>1. Деловые культуры мира и их приоритеты. Отношение разных народов ко времени. Линейная модель времени в США.</p> <p>2. Измерение времени в деньгах. Принцип потерянного времени. Линейная модель времени в Германии, Швейцарии, Великобритании, Нидерландах: их общие черты и специфика.</p> <p>3. Модель времени, основанная на взаимодействии с людьми и учете реальных событий. Ёе основные приоритеты</p>		2	2	3	9	

3	Тема 3. Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности 1. Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве. 2. Государственное управление культурой и искусством	3	2	3	8	
4	Тема 4. Основные механизмы управления менеджмента шоу-бизнеса 1. Особенности системного и внесистемного подходов к созданию и реализации продуктов деятельности шоу-бизнеса 2. Стратегия и тактика шоу-бизнеса	4	2	3	8	
5	Тема 5. Технологические цепочки и конвейер производства в шоу-бизнесе 1. Структура потребления и производства продуктов искусства 2. Структура и технология планирования шоу-бизнеса	5	2	3	9	Аттестационная контрольная раб.№1
6	Тема 6. Отечественные модели шоу-бизнеса. История поп-музыки в России. Музыкальные стили и направления. 1. Анализ концертно-гастрольного рынка России. Современный аспект. 2. Инвестиционный менеджмент. Разработка бизнес-плана для шоу-проекта. 3. Менеджмент шоу-проектов. Инновационный менеджмент.	6	2	3	9	
7	Тема 7. Стратегический менеджмент. Организационное проектирование в индустрии шоу- бизнеса. 1. Разработка управленческих решений. Управление персоналом Event предприятий шоу-бизнеса. 2. Правовое обеспечение управления в музыкальной индустрии	7	2	3	8	
8	Тема 8. Авторские и смежные права в шоу-бизнесе. Основы права интеллектуальной собственности. 1. Маркетинговые коммуникации. 2. Брендинг в шоу-бизнесе. Маркетинг и PR в музыкальной индустрии. Продвижение музыкального проекта в социальных медиа.	8	2	3	8	
	Итого:		16	24	68	Зачет

4.2. Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции из рабочей программы	Наименование лабораторного (практического, семинарского) занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1	2	3	4	5
1	1	Тема 1 Введение в предпринимательскую деятельность 1. Предпринимательство: природа, понятие, функции. 2. Современные концептуальные подходы к определению предпринимательства. Бизнес как проявление деловой активности людей. 3. Традиционные и нетрадиционные виды бизнеса. Деловая стратегия компании и её составляющие. 4. Национальная деловая культура как первооснова деловой стратегии компании.	4	Основная литература 2, 9,
2	2	Тема 2. Деловые культуры мира 1. Деловые культуры мира и их приоритеты. Отношение разных народов ко времени. Линейная модель времени в США. 2. Измерение времени в деньгах. Принцип потерянного времени. Линейная модель времени в Германии, Швейцарии, Великобритании, Нидерландах: их общие черты и специфика. 3. Модель времени, основанная на взаимодействии с людьми и учете реальных событий. Её основные приоритеты	2	Основная литература 4, 10, 12.
3	3	Тема 3. Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности 1. Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве 2. Государственное управление культурой и искусством	4	Основная литература 3, 6, 8.
4	4	Тема 4. Основные механизмы управления менеджмента шоу-бизнеса 1. Особенности системного и внесистемного подходов к созданию и реализации продуктов деятельности шоу-бизнеса 2. Стратегия и тактика шоу-бизнеса	2	Основная литература 4, 8.

5	5	Тема 5. Технологические цепочки и конвейер производства в шоу-бизнесе 1. Структура потребления и производства продуктов искусства 2. Структура и технология планирования шоу-бизнеса	4	Основная литература 2, 6, 16
6	6	Тема 6. Отечественные модели шоу-бизнеса. История поп-музыки в России. Музыкальные стили и направления. 1. Анализ концертно-гастрольного рынка России. Современный аспект. 2. Инвестиционный менеджмент. Разработка бизнес-плана для шоу-проекта. 3. Менеджмент шоу-проектов. Инновационный менеджмент.	2	Основная литература 9,10
7	7	Тема 7. Стратегический менеджмент. Организационное проектирование в индустрии шоу- бизнеса. 1. Разработка управленческих решений. Управление персоналом Event предприятий шоу-бизнеса. 2. Правовое обеспечение управления в музыкальной индустрии	4	Основная литература 2,4,9.
8	8	Тема 8. Авторские и смежные права в шоу-бизнесе. Основы права интеллектуальной собственности. 1. Маркетинговые коммуникации. Брендинг в шоу-бизнесе. 2. Маркетинг и PR в музыкальной индустрии. Продвижение музыкального проекта в социальных медиа.	2	Основная литература 2,9
		Итого	24	

4.3 Тематика для самостоятельной работы студента

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Количество часов из содержания дисциплины	Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
1	2	3	4	5
1	СМИ и медиапланирование в шоу-бизнесе. СМИ. Пресса. Составление пресс-релизов. СМИ в шоу-бизнесе. Новые методы и виды коммуникаций в Интернет для шоу-бизнеса.	3	Основная литература 2,4	Реферат
2	Создание и продюсирование музыкальных шоу-проектов на радио. Организация и проведение специальных пресс-конференций артистов	3	Основная литература 2,5	Устный и письменный опрос
3	СМИ: Радио. Программирование радиостанции. СМИ: Музыкальное телевидение. Особенности продвижения событий через СМИ. Музыкальное вещание на ТВ.	3	Основная литература 3.4	Письменный опрос
4	Специализированная музыкальная пресса. Финансовый менеджмент концертно-гастрольной деятельности.	3	Основная литература 4, 5	Реферат
5	Билетная политика. Экономика отрасли. Финансовый менеджмент. Налоги и налогообложение. Финансы и кредитные риски в шоу-бизнесе.	3	Основная литература 1,2,3	Контрольная работа
6	Экономика в музыкальной индустрии. Инвестиции в музыкальной индустрии. Экономика музыкального проекта.	3	Основная литература 1,4	Контрольная работа
7	Фандрейзинг. Работа со спонсорами. Основы страхования в шоу-бизнесе.	3	Основная литература 1, 3	Письменный опрос
8	Современный страховой рынок. Комплексное страхование в шоу-бизнесе.	3	Дополнительная литература 6, 7, 8	Реферат

9	Индустрия звукозаписи. Функционирование компаний - меджоров на российском рынке.	3	Основная литература 2, 5	Практическое занятие
10	Распространение цифрового музыкального контента. Цифровые продажи музыки - интернет, мобильный контент.	3	Основная литература 4, 5	Практическое занятие
11	Производство и дистрибуция музыкальной продукции. Практика рекорд – бизнеса.	3	Основная и дополнительная литература 4, 8	Письменный и устный опрос
12	Правовое регулирование в шоу- бизнесе. Антипиратская деятельность. Концертно-гастрольная деятельность и клубная индустрия.	3	Основная литература 1, 5	Контр. работа
13	Тенденции и тренды в клубной/танцевальной музыке. Создание. Продвижение. Особенности работы танцевальных клубов на конкретном примере.	3	Основная литература 4, 3	Реферат
14	Современное продюсирование артистов на российском музыкальном рынке. Хип-хоп сегмент. Маркетинг в клубной индустрии. Основы букинга в клубной индустрии. Организация и проведение клубных мероприятий.	3	Основная литература 2, 3	Контр. работа
15	Организация гастролей западных исполнителей. Анализ международного концертного бизнеса.	3	Основная литература 1,2,3	Реферат
16	Организация безопасности концертных и шоу-мероприятий. Организация клубных мероприятий: креатив, промоушн, продакшн.	3	Основная и дополнительная литература 1, 3,8	Устный и письменный опрос
17	Организация сборных концертов	3	Дополнительная	Письменный

	и фестивалей. Мастерство импресарио. Творческо-техническое оснащение концертной деятельности.		литература 6, 7	опрос
18	Режиссура шоу – проектов. Психология индустрии развлечений.	3	Основная литература 2, 4	Реферат
19	Специфика управления музыкальной компанией в России. Особенности продюсирования в классической музыке.	3	Основная литература 4, 5	Контрольная работа
20	Организация и проведение мюзиклов в России. Product Placement в шоу-бизнесе.	3	Основная литература 4, 5	Контрольная работа
21	Анализ саундпродюсирования в России. Основы работы режиссерско-постановочной группы и режиссуры шоу-мероприятий.	3	Основная литература 1, 4	Письменный опрос
22	Портфель продюсера. Анализ состояния музыкального рынка России.	3	Основная литература 4, 8	Реферат
23	Анализ международного и российского опыта продюсирования в кино.	2	Основная литература 2, 7	Практическое занятие
	Итого	68		

5. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализации компетентностного подхода в процессе изучения дисциплины используются как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные методы и формы обучения: практические занятия, тренинг речевых умений, мозговой штурм, разбор конкретных ситуаций, коммуникативный эксперимент, коммуникативный тренинг, творческие задания для самостоятельной работы, информационно-коммуникационные технологии. А именно ИТ-методы, методы проблемного обучения, обучение на основе опыта, проектный метод, поисковый метод, исследовательский метод и т.д.

В рамках учебного курса предусматриваются встречи с представителями власти и государственных структур, педагогов-риторов, экспертов и специалистов в области коммуникативистики, риторики и рекламы.

В освоении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- чтение лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- практические занятия дискуссионного характера, обмена мнениями, эвристическая беседа, диспут, работа в мини-группах,
- контрольные опросы и консультации;
- подготовка и обсуждение докладов и рефератов, научных статей;
- работа с интернет - ресурсами;
- тестирование по основным темам дисциплины.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Вопросы входного контроля

1. СМИ и медиапланирование в шоу-бизнесе. СМИ. Пресса
2. СМИ: Радио. Программирование радиостанции.
3. СМИ: Музыкальное телевидение.
4. Особенности продвижения событий через СМИ.
5. Музыкальное вещание на ТВ.
6. Музыкальные фестивали как инструмент продвижения артистов.
7. Особенности продвижение российских артистов за рубежом.

Перечень заданий текущего контроля

Контрольная работа 1

1. Деловые культуры мира и их приоритеты.
2. Отношение разных народов ко времени. Линейная модель времени в США.
3. Измерение времени в деньгах. Принцип потерянного времени. Линейная модель времени в Германии, Швейцарии, Великобритании, Нидерландах: их общие черты и специфика.
4. Модель времени, основанная на взаимодействии с людьми и учете реальных событий. Ее основные приоритеты
5. Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве.
6. Государственное управление культурой и искусством
7. Особенности системного и внесистемного подходов к созданию и реализации продуктов деятельности шоу-бизнеса
8. Стратегия и тактика шоу-бизнеса
9. Структура потребления и производства продуктов искусства
10. Структура и технология планирования шоу-бизнеса

Перечень вопросов к зачету

1. Отечественные модели шоу-бизнеса. История поп-музыки в России. Музыкальные стили и направления.
2. Анализ концертно-гастрольного рынка России. Современный аспект.
3. Инвестиционный менеджмент. Разработка бизнес-плана для шоу-проекта.
4. Менеджмент шоу-проектов. Инновационный менеджмент.
5. Стратегический менеджмент. Организационное проектирование в индустрии шоу-бизнеса.
6. Разработка управленческих решений. Управление персоналом Event предприятий шоу-бизнеса.
7. Правовое обеспечение управления в музыкальной индустрии.
8. Авторские и смежные права в шоу-бизнесе. Основы права интеллектуальной собственности.
9. Маркетинговые коммуникации. Брендинг в шоу-бизнесе.

10. Маркетинг и PR в музыкальной индустрии. Продвижение музыкального проекта в социальных медиа.
11. Поисковая оптимизация для музыкальных интернет проектов.
12. Продвижение проектов в интернете. DIY в русском шоу-бизнесе.
13. Визуальные коммуникации в шоу – бизнесе.
14. Event-маркетинг. Структура и принципы функционирования Event предприятий.
15. Celebrity-marketing. Работа со звездами. Организация промо - кампании артиста.
16. PR и медиапланирование в шоу-бизнесе. Реклама в шоу-бизнесе.
17. Маркетинг крупных зрелищных мероприятий. Подготовка и проведение презентаций и пресс-конференций.
18. СМИ и медиапланирование в шоу-бизнесе. СМИ. Пресса. Составление пресс-релизов.
19. СМИ в шоу-бизнесе. Новые методы и виды коммуникаций в Интернет для шоу-бизнеса.
20. Создание и продюсирование музыкальных шоу-проектов на радио.
21. Организация и проведение специальных пресс-конференций артистов.
22. СМИ: Радио. Программирование радиостанции.
23. СМИ: Музыкальное телевидение. Особенности продвижения событий через СМИ. Музыкальное вещание на ТВ.
24. Специализированная музыкальная пресса.
25. Финансовый менеджмент концертно-гастрольной деятельности.
26. Билетная политика. Экономика отрасли.
27. Финансовый менеджмент. Налоги и налогообложение. Финансы и кредитные риски в шоу-бизнесе.
28. Экономика в музыкальной индустрии. Инвестиции в музыкальной индустрии.
29. Экономика музыкального проекта. Фандрейзинг. Работа со спонсорами.
30. Основы страхования в шоу-бизнесе. Современный страховой рынок. Комплексное страхование в шоу-бизнесе.
31. Индустрия звукозаписи. Функционирование компаний - меджоров на российском рынке.
32. Распространение цифрового музыкального контента. Цифровые продажи музыки - интернет, мобильный контент.
33. Производство и дистрибуция музыкальной продукции. Практика рекорд – бизнеса.
34. Правовое регулирование в шоу- бизнесе. Антипиратская деятельность.
35. Концертно-гастрольная деятельность и клубная индустрия.
36. Тенденции и тренды в клубной/танцевальной музыке. Создание. Продвижение.
37. Особенности работы танцевальных клубов на конкретном примере.
38. Современное продюсирование артистов на российском музыкальном рынке. Хип-хоп сегмент.
39. Маркетинг в клубной индустрии. Основы букинга в клубной индустрии.
40. Организация и проведение клубных мероприятий.
41. Организация гастролей западных исполнителей. Анализ международного концертного бизнеса.
42. Организация безопасности концертных и шоу-мероприятий.
43. Организация клубных мероприятий: креатив, промоушн, продакшн.
44. Организация сборных концертов и фестивалей. Мастерство импресарио.

45. Творческо-техническое оснащение концертной деятельности.
46. Режиссура шоу – проектов.
47. Психология индустрии развлечений.
48. Специфика управления музыкальной компанией в России. Особенности продюсирования в классической музыке.
49. Организация и проведение мюзиклов в России. Product Placement в шоу-бизнесе.
50. Анализ саундпродюсирования в России.

Темы рефератов по дисциплине «Основы шоу-бизнеса в СКС»

1. Основы работы режиссерско-постановочной группы и режиссуры шоу-мероприятий.
2. Портфель продюсера. Анализ состояния музыкального рынка России.
3. Анализ международного и российского опыта продюсирования в кино.
4. Музыкальные фестивали как инструмент продвижения артистов.
5. Особенности продвижение российских артистов за рубежом.
6. Организация гастролей и концертов иностранных артистов в России.
7. Основы режиссуры и продюсирования музыкальных клипов.
8. Режиссура телевизионных музыкальных шоу-проектов.

Вопросы по проверке остаточных знаний

1. Организация и проведение клубных мероприятий.
2. Организация гастролей западных исполнителей. Анализ международного концертного бизнеса.
3. Организация безопасности концертных и шоу-мероприятий.
4. Организация клубных мероприятий: креатив, промоушн, продакшн.
5. Организация сборных концертов и фестивалей. Мастерство импресарио.
6. Творческо-техническое оснащение концертной деятельности.
7. Режиссура шоу – проектов.
8. Психология индустрии развлечений.
9. Специфика управления музыкальной компанией в России. Особенности продюсирования в классической музыке.
10. Организация и проведение мюзиклов в России. Product Placement в шоу-бизнесе.
11. Анализ саундпродюсирования в России.

подпись

Зав. библиотекой

ФИО

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная)

№	Виды занятий (лк,пз,лб, срс, ирс)	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Автор(ы)	Издат. и год издания.	Количество изданий	
					Биб- лио-теке	Ка- фед- ре
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						
1	Лк., Пз., Срс	Основы бизнеса : учеб. пособие / Э.А. Арустамов.- 2-е изд. — Электрон. текстовые данные.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57080.html .— ЭБС «IPRbooks»	Арустамов, Эдуард Александро вич.	М. : Дашков и К, 2009.	-	-
2	Лк., Пз., Срс	Бизнес-планирование : учеб. пособие / А.И. Гомола, П.А. Жанин.- 3-е изд., стереотип — Электрон. текстовые данные.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57080.html .— ЭБС «IPRbooks»	Гомола, Александр Иванович.	М. : Академия, 2007	-	-
3	Лк., Пз., Срс	Бизнес-план фирмы : учеб. пособие / В.П. Буров. — Электрон. текстовые данные.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57080.html .— ЭБС «IPRbooks»	Буров, В. П. А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин	М. : ИНФРА-М,	-	-
4	Лк., Пз., Срс	Менеджмент в туристском бизнесе : учеб. пособие / М.А. Жукова.- Изд. 4-е, стер. -	Жукова, Марина Александро вна.	Москва : КНОРУС, 2006	-	-

5	Лк., Пз., Срс	Бизнес-риторика : учеб.- практич. пособие.- 3-е изд. — Электрон. текстовые данные.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57080.html .— ЭБС «IPRbooks»	Кузнецов, Игорь Николаевич.	М. : "Дашков и К" 2009.	-	-
Литература дополнительная						
6	Лк., Пз., Срс	Бизнес-планирование. 4-е изд. (электронный ресурс) — Электрон. текстовые данные.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57080.html .— ЭБС «IPRbooks»	Под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева	М. : Юнити, 2010, 591	-	-
7	Лк., Пз., Срс	Бизнес-планирование: Учебное пособие (электронный ресурс) — Электрон. текстовые данные.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57080.html .— ЭБС «IPRbooks»	Стрекалов а Н. Д.	СПб. : Питер, 2010	-	-
8	Лк., Пз., Срс	Бизнес-план на практике. Опыт успеха в России. 28 реализованных бизнес- планов (электронный ресурс) — Электрон. текстовые данные.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57080.html .— ЭБС «IPRbooks»	Гладкий А. А., Рябых Д. А.	СПб. : Питер, 2010	-	-

**7.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы по направлению бакалавриата
43.03.01 «Сервис»:**

№ п/п	Назначение программы	Название программы	Разработчик	Вид учебной работы
1	2	3	4	5
1	Программа для составления медиаплана	Медиапланирование своими силами	ООО «Питер – пресс», исследовательская фирма «Gortis», 2007г	Практическое занятие
2	Программа для составления пресс-релиза	Пресс-релиз своими силами	ООО «Питер – пресс», исследовательская фирма «Gortis», 2007г	Практическое занятие

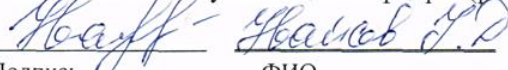
			2007г	
3	Программа, используемая для верстки газетных статей	Photo - shop	Фирма «Майкрософт», 2004г	Практическое занятие
4	Программ для написания деловых текстов в области связей с общественностью	Делопроизводство	ООО «АКБ «Асс-бюро», 2006г	Практическое занятие
5	Программа по воздействию на собеседника	Сила мысли или магнетизм личности. 15 уроков воздействия на собеседника	Аудиокнига «Ардис»	Практическое занятие
6	Программа по управлению сознанием человека	Скрытое управление человеком НЛП в действии	Аудиокнига «Ардис»	Практическое занятие
7	Программа по созданию имиджа	«Имидж и самопрезентация: моделируем образ»	Русская школа управления, 2008	Практическое занятие
8	Программа по воздействию на собеседника	«Язык убеждения» Дейл Карнеги	Аудиокнига. М.:-Студия АРДИС, 2007	Практическое занятие

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- компьютерные классы общего пользования с подключением к сети Интернет, из расчета 12 компьютеров на 100 обучающихся;
- специализированные компьютерные классы для организации учебных занятий по профессиональным курсам и практикумам, состоящие из 10-15 компьютеров, с подключенным к ним периферийным устройством и оборудованием (мультимедийный проектор, головные телефоны, видеокамеры и фотоаппараты) на 100 обучающихся;
- учебные классы, оснащенные современной аудио- и видеотехникой (музыкальный центр, DVD-проигрыватель, видеокамера) для курсов с проведением тренингов, решения ситуационных задач, занятий по организационному консультированию.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций ООП ВО по направлению 43.03.01 – «Сервис» профиля «Социокультурный сервис».

Рецензент от выпускающей кафедры (работодателя) по направлению


 Подпись _____ ФИО _____