

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники

Орлова В.В.

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ
И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Методические указания по подготовке к семинарским и практическим занятиям по
учебной дисциплине
по направлению подготовки «Организация работы с молодежью»**

Томск 2022

Рецензент

Захарова Л. Л., доцент кафедры философии и социологии ТУСУРа,
канд. филос. наук

Орлова Вера Вениаминовна

О 62 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: методические указания по подготовке к семинарским и практическим занятиям по учебной дисциплине / В.В.Орлова — Томск: Томск. гос. ун-т систем упр. и. радиоэлектроники, 2022. – 11с.

Методические указания предназначены для подготовки к семинарским и практическим занятиям с целью закрепления знаний, полученных во время лекций и самостоятельной работы с учебной литературой; расширения и представления студентов по наиболее актуальным теоретическим и практическим проблемам.

Одобрено на заседании кафедры ФиС , протокол №2 от 24.02.22

УДК316

© Орлова В.В.

© Томск. гос. ун-т систем упр. и.
радиоэлектроники, 2022.

Содержание

Введение	4
1 Основные термины	5
2 Рекомендации по планированию времени при подготовке к практическим занятиям	7
3 Методические указания по подготовке к устному опросу	7
4 Методические указания по подготовке к выполнению контрольной работы	7
5 Содержание семинарских занятий	9
Список литературы	10

Введение

Дисциплина «**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**» играет важную роль в развитии профессионального образования, способствующего социальной, академической мобильности, востребованности на рынке труда, успешной карьере, сотрудничеству. Успешная карьера, реализация всего накопленного в ходе обучения и профессиональной подготовки потенциала – сегодня одна из самых привлекательных целей для многих выпускников российских вузов.

Сформированные в рамках курса компетенции позволяют решать учебно-профессиональные и профессиональные задачи в рамках дисциплины.

Необходимость решения указанных задач предопределила содержание методических указаний. Семинарские занятия по основным теоретическим темам курса построены в форме групповых обсуждений изучаемых вопросов, что предполагает предварительную самостоятельную работу с учебниками и первоисточниками, подготовку докладов, индивидуальных заданий.

Для наиболее целостного и результативного изучения курса магистрантам рекомендуется:

- 1) посещение лекций, непосредственное освоение лекционного материала, выполнение контрольных работ по этому материалу;
- 2) предварительная подготовка и участие в семинарских занятиях;
- 3) систематическое изучение рекомендованной литературы.

Основные термины

Семинар — это вид учебного занятия, обсуждение учащимися под руководством преподавателя подготовленных ими сообщений и докладов.

Семинар — сложная форма организации практических занятий в вузе, способствующая закреплению и углублению теоретических знаний студентов и магистрантов, развитию навыков самостоятельной работы с литературными источниками, обмену духовным опытом, эмоциональному общению, раскрытию интеллектуально-творческого потенциала личности.

Семинарские занятия по основным теоретическим темам курса построены в форме групповых обсуждений изучаемых вопросов, что предполагает предварительную самостоятельную работу с учебниками и первоисточниками, подготовку докладов, сообщений.

Таким образом, готовясь к семинару по определенной теме, следует:

1. Познакомиться с рекомендованной литературой;
2. Рассмотреть различные точки зрения по вопросу;
3. Выделить проблемные области;
4. Сформулировать собственную точку зрения;
5. Предусмотреть спорные моменты и сформулировать дискуссионный вопрос.

При такой подготовке семинарское занятие пройдет на необходимом методологическом уровне и принесет интеллектуальное удовлетворение всей группе. Обсуждение на семинаре может перейти в дискуссию.

Дискуссия — это обсуждение участниками семинара какого-либо спорного вопроса или проблемы. Дискуссия в методическом отношении более сложная форма учебного занятия. Она, как правило, на семинаре возникает стихийно и есть опасность уйти в "пустые" разговоры. Избежать этого поможет умение слушать оппонента, обобщать полученную информацию, аргументировать свою точку зрения, привлекая в этих целях имеющийся запас знаний, примеры, факты.

Дискуссия создает необходимые педагогические и социально-психологические условия для размышления, поиска, решения проблемы. Усиление активности человека происходит тогда, когда он разрешает проблемную ситуацию. Проблемные методы, а к ним относится и дискуссия, основаны на том, что для учащегося возникает субъективное противоречие, которое он должен разрешить. Если же противоречие не осознано и не устранено в силу чрезмерной трудности или по каким-либо иным причинам, то это может тормозить познавательный интерес, мыслительную активность, привести к апатии, явиться причиной заниженной самооценки. Поэтому, надо найти оптимальную меру трудности той проблемы, которую вы хотите вынести для обсуждения. Главное в дискуссии — наличие проблемы, ее доступность для обсуждения в группе и разрешение путем дискуссионного обсуждения. Решений может быть и несколько и не обязательно, что все придут к общему выводу. Важно, чтобы каждый участник разобрался в проблеме, увидел возможности ее решения и уяснил основные методологические подходы к ней.

Публичная устная защита реферата и задачи рецензента (оппонента)- неотъемлемая часть отчёта учащихся о самостоятельной научной работе в форме реферата, развивающая у них практические навыки его устного представления перед аудиторией и способствующая развитию у него ораторского искусства, а также умение научно рецензировать рефераты и затем устно выступать в качестве оппонентов.

Реферат, написанный магистрантом, но не прошедший этапа публичной защиты и коллективного обсуждения в группе, не может считаться полностью завершенной самостоятельной научной работой, ибо выпадает такая важная дидактическая часть научной работы, как развитие умения кратко и доказательно устно излагать суть реферата, аргументировано отстаивать выводы своей научной работы при публичной её защите.

В процессе устной защиты своего доклада по реферату учащиеся развивают навыки

владения речью, общения с аудиторией, а также умение грамотно, научно, тактично, аргументировано доказывать свою мысль, отстаивать свои взгляды, убеждения. Это происходит в процессе проявления ими при защите реферата уровня своих знаний по исследуемой проблеме, логики анализа и находчивости, когда докладчик выслушивает рецензии своих оппонентов, а затем отвечает на их вопросы, соглашаясь или доказательно отвергая их замечания и поправки.

На выступление докладчику дается примерно 10 - 15 минут, поэтому необходимо дома заблаговременно составить расширенный план-конспект устного доклада (с кратким изложением реферата), согласно его структуры, и, стоя перед часами, 3 - 4 раза прорепетировать, устно пересказывая своё будущее выступление на семинарском занятии, стремясь уложиться в отведённое время и отобрать для доклада только те факты и выводы, которые наиболее хорошо воспримутся слушающей аудиторией и качественно отобразят высокий уровень аналитических исследовательских параметров реферата.

Докладчику в процессе устной защиты реферата важно ответить на вопросы:

- "Как называется реферат?"
- Из каких элементов состоит его структура (структура реферата - его план)?
- О чём говорится в каждом разделе его структуры: во "Введении" (в чём заключается актуальность научной проблемы, в чём заключаются цель и задачи реферата)?
- Как называется глава и в чём, как, какими примерами отдельные её положения аргументируются (из перечня названных обобщений и утверждений автора) и к какому выводу в конце главы пришёл автор (эти вопросы касаются и других глав)?
- К какому общему выводу (выводам) пришёл автор в разделе "Заключение", обобщив материалы и выводы глав, и какие практические рекомендации следуют из его работы?
- Какие источники использовал автор при написании своего реферата (дать краткую характеристику раздела - "Литература")?"

Основной задачей устного выступления докладчика является не стремление максимально полно или кратко прочитать реферат, а краткими и выборочными доказательствами (по некоторым из перечня озвученных обобщений) рассказать о своём реферате, подчёркивая его авторско-аналитические характеристики, логическую структуру и завершенность.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест состоит из небольшого количества элементарных задач; может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; занимает часть учебного занятия (10–30 минут); правильные решения разбираются на том же или следующем занятии; частота тестирования определяется преподавателем.

Самостоятельная работа. Целью самостоятельной работы обучающихся по изучению дисциплины «Современные технологии сопровождения молодежи на этапе построения карьеры» является расширение знаний, полученных в ходе аудиторных занятий, предоставление обучающимся широких прав и возможностей в получении и закреплении общетеоретических знаний по маркетингу, по методологии маркетинга, а также выработка у обучающихся интереса к самостоятельному поиску, к решению проблемных вопросов и задач, и привитие им навыков творческого мышления. Контролируется самостоятельная работа во взаимосвязи с аудиторной работой. Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем, либо вопросов тем учебной дисциплины. При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Рекомендации по планированию времени при подготовке к практическим занятиям

При подготовке к практическим занятиям по дисциплине обучающемуся следует составить план, который обладает специфическими характеристиками. Оценить составленный план необходимо по следующим критериям, где должны быть:

1. определить цель выполнения задания;
2. чётко выделить этапы работы;
3. определить результат каждого этапа;
4. просчитать время, необходимое для реализации каждого из выделенных этапов;
5. проанализировать параллельные и последовательные рабочие процессы. Если часть процессов может реализовываться параллельно, следует составить сетевой график;
6. определить необходимые ресурсы для каждого из этапов и составить их полный список;
7. создать план обеспечения недостающими ресурсами;
8. проанализировать потенциальные барьеры и наметить способы их преодоления;
9. предусмотреть альтернативные элементы плана в неясных и проблемных точках.

Изучение дисциплины завершается выполнением и защитой (т.е. презентацией с использованием программы Power Point) творческой контрольной работы, которая осуществляется индивидуально или малыми студенческими группами, представляется, наилучшим дополнением к теоретическому курсу.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции преподавателя, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее.

Эффективность подготовки к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованными стандартами и литературой.

Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы (план) выступления по отдельным проблемным аспектам (если проводится практическое занятие в формате «круглого стола» или «учебной конференции»).

Методические указания по подготовке к выполнению контрольной работы

К самостоятельной работе относится выполнение домашней контрольной работы.

Последовательность работ при выполнении контрольной может быть следующей:

1. Выбор темы, подбор литературы, анализ литературных источников.
2. Разработка плана контрольной работы.
3. Разработка программы исследования и инструментария.
4. Проведение исследования, анализ результатов и их интерпретация.
5. Сопоставление результатов исследования с выводами, концепциями по данной теме, отраженных в литературе.
6. Оформление контрольной работы.

При подготовке к выполнению контрольной работы необходимо пользоваться первоисточниками (или данными официальной статистики), нормативно-правовыми документами, учебниками, дополнительной литературой. Подготовка контрольной работы позволяет углубить и закрепить знания по дисциплине, получить навыки исследовательской работы с источниками специальной литературой, развить умение самостоятельного анализа практических ситуаций и их решения, подготовки основных документов, используемых в практической деятельности.

С точки зрения содержания контрольная работа должна отвечать следующим требованиям:

1. Контрольная работа должна быть выполнена самостоятельно, тождественные работы не зачитываются.
2. При ответе на вопросы и решении задач имеются ссылки на действующие нормативные акты и актуальные данные официальной статистики.
3. В тексте работы отражена собственная позиция студента по проблемным вопросам, проведен анализ нескольких источников специальной литературы, сформулированы собственные выводы, приведены примеры из практики.
4. Ответы на поставленные вопросы являются достаточно полными и четкими.
5. Грамотно использован понятийный аппарат.
6. При цитировании текста указаны источники, из которых осуществлено заимствование.

Содержание семинарских занятий

Цель дисциплины - приобретение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований, изучения и анализа бизнес-процессов, организации деятельности по управлению и повышению эффективности их реализации с целью выполнения проектов в составе группы в креативных индустриях

Тема 1.

Цели, задачи и виды маркетинговых исследований в области креативных индустрий	Понятие процессного подхода к деятельности Функциональный и процессный подход к управлению Принципы организации процессного подхода на предприятии
--	--

Темы для обсуждения:

Принципы организации процессного подхода на предприятии
Формализация и моделирование бизнес-процессов
Графическое изображение бизнес-процессов
Ранжирование бизнес-процессов

Тема 2.

Процедура маркетингового исследования в области креативных индустрий и его планирование	Понятие бизнес-процесса и структуры маркетинговых исследований в области креативных индустрий и цифровых технологий. Идентификация бизнес-процессов Классификация бизнес-процессов в области креативных индустрий и цифровых технологий
--	--

Цель и задачи занятия: рассмотреть современные технологические приемы и эффекты креативных индустрий .

Темы для обсуждения: Ранжирование бизнес-процессов. Основные технологические приемы и эффекты. Специфика графического дизайна и техник исполнения творческих проектов. Способы создания паттернов.

Тема 3.

Виды и источники маркетинговой информации с применением цифровых технологий	Структурный анализ процесса. Логический анализ процесса исследования в области креативных индустрий и цифровых технологий
--	---

Тема 3.

Сбор и анализ маркетинговой информации качественными и количественными методами	Сущность, цели и принципы управления бизнес-процессами исследования в области креативных индустрий и цифровых технологий. Жизненный цикл управления бизнес-процессами .
--	---

Тестовые задания

1. Маркетинговая информация – это: а) любая экономическая информация; б) информация, необходимая для маркетинговых целей; в) любая внутрифирменная информация; г) статистические данные.

2. Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются: а) внешней информацией; б) внутренней информацией; в) вторичной информацией; г) не являются маркетинговой информацией.
3. Наименее дорогим видом информации является: а) вторичная; б) информация, собранная в ходе анкетирования; в) информация, собранная в ходе интервьюирования; г) первичная.
4. Основное преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается в: а) достоверности ответов; б) возможности формализации ответов и их обработки; в) экспертной подготовке вопросника; г) наличие разработанной анкеты.
5. Роль статистики в маркетинговом исследовании заключается: а) в возможности использования компьютерной техники; б) в возможности использования графиков и диаграмм; в) в обеспечении точности оценок и прогнозов, выявлении взаимосвязей; г) в возможности использования статистических пакетов прикладных программ.
6. Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью: а) собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности; б) собрать информацию о потребительских мнениях; в) собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования; г) собрать информацию обо всех предприятиях, действующих на рынке.
7. Прогнозирование спроса заключается в: а) планировании объема продаж на последующий период; б) научном предсказании развития спроса с помощью статистического моделирования или экспертных оценок; в) разработке стратегической матрицы (решетки); г) систематизации данных после проведенного маркетингового исследования.
8. Вид маркетинговых исследований, к которому относятся исследования отношения к марке товара, называется ...
 - а) изучение рыночной конъюнктуры
 - б) изучение каналов распределения
 - в) изучение потребителей
 - г) тестирование новых товаров
9. Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется: а) панель; б) гипотеза; в) маркетинговое исследование; г) случайная выборка;
10. Конъюнктура рынка – это: а) емкость рынка; б) насыщенность рынка; в) ситуация на рынке, сложившаяся под воздействием комплекса факторов; г) внутрифирменная ситуация

Вопросы

1. Процессный подход в управлении организацией в области креативных индустрий и цифровых технологий.
2. Структура бизнес-процессов организации в области креативных индустрий и цифровых технологий.
3. Формирование функциональной структуры организации.
4. Креативные проекты в городской среде
5. Digital-маркетинг в области креативных индустрий и цифровых технологий
6. Креативные индустрии и культурная политика
7. Включенность, интерактивность и провокация как черта креативных индустрий.
8. Гражданское общество, креативные индустрии и флэш-мобы

Список литературы

- 1 Управление инновациями: Учебное пособие / А. В. Богомолова - 2015. 144 с.
- 2

3. Утемов, В. В. Креативная педагогика : учебное пособие для вузов / В. В. Утемов, М. М. Зиновкина, П. М. Горев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 237 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/494476> (дата обращения: 21.10.2021)
4. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. [Электронный ресурс] : <https://urait.ru/bcode/490827> (дата обращения: 21.10.2021)
5. Павловская, И.А. Планирование карьеры [Электронный ресурс] : курс лекций / И.А. Павловская. — Электрон. текстовые данные. — Владикавказ: Владикавказский институт управления, 2010. — 142 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57834.html> (дата обращения: 21.10.2021)
6. Старцева Н. Н. Социология профессий и профессиональных групп: практикум:1.[Электронный ресурс] / Н. Н. Старцева / Изд-во Уральский государственный университет путей сообщения. 2020. - 80 с [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/170423?category=4320> (дата обращения: 21.10.2021)
7. Управление человеческими ресурсами и деловой карьерой персонала современной организации : учебное пособие / составители К. Е. Гришин [и др.]. — Уфа : БашГУ, 2020. — 372 с.
8. Шаповалов, В. К. Консультирование по карьере : учебное пособие / В. К. Шаповалов, О. В. Минкина. — Москва : Академический Проект, 2020. — 282 с.