

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Политехнический институт

Кафедра художественной и пластической обработки материалов



А.Н. Чадин

ОСНОВЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО РЫНКА

Учебный модуль по направлению подготовки
29.03.04 – Технология художественной обработки материалов

Рабочая программа

СОГЛАСОВАНО

Начальник учебного отдела

О.Б. Широколова
«24» 01.2018г.

Разработал

Доцент кафедры ХПОМ

В.А. Попов
«22» 01.2018г.

Принято на заседании кафедры ХПОМ

Протокол № 4 от 22.01.2018г.

Заведующий кафедрой ХПОМ

Е.Г. Бердичевский
«22» 01.2018г.

1 Цель и задачи учебного модуля

Целью преподавания учебного модуля «Основы художественного рынка» является рассмотрение основных вопросов функционирования художественного рынка.

Задачи, решение которых обеспечивает достижение цели:

- рассмотрение методологических аспектов функционирования художественного рынка;
- изложение принципов, лежащих в основе формирования художественного рынка;
- анализ сложившейся рыночной ситуации в сфере производства художественно-промышленных изделий с целью максимально активного влияния на рыночные процессы.

2 Место учебного модуля в структуре ОП направления подготовки

Успешное овладение УМ «Основы художественного рынка» требует от студента мобилизации знаний и умений предшествующих УМ, таких как «Правоведение», «Маркетинг и менеджмент».

Приобретенные знания и умения, усвоенные студентами по данному учебному модулю необходимы студентам при выполнении итоговой аттестационной работы, а также в дальнейшей профессиональной деятельности.

3 Требования к результатам освоения учебного модуля

В результате изучения данного учебного модуля студент формирует и демонстрирует следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

ОК-6 – готовностью к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, проявлением уважения к людям, толерантностью к другой культуре;

ОК-9 – способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

ПК-1 – способностью к планированию и реализации программ индивидуального и мелкосерийного производства художественно-промышленной продукции, обладающей эстетической ценностью.

В результате изучения модуля студент должен:

Таблица 1

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
ОК-6	базовый	Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты по вопросам сохранения и развития культурного наследия народов Российской Федерации	быть готовным к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм	тенденциями современного рынка при планировании производства художественно-промышленной продукции
ОК-9	базовый	– понятие и структуру художественного рынка; – основы функционирования художественного рынка; – принципы, лежащие в	планировать и реализовывать рыночную ситуацию в сфере производства художественно-промышленных изделий	тенденциями современного рынка при планировании производства художественно-промышленной

		основе формирования художественного рынка		продукции
ПК-1	повышенный	– особенности установления эффективных коммуникаций с деятелями художественного рынка и потребителями; – способы и стратегии продвижения художественно- промышленных изделий на рынке	– анализировать рынок художественной продукции	владеть методикой расчета затрат на производство художественно- промышленных изделий

4 Структура и содержание учебного модуля

4.1 Трудоёмкость учебного модуля

Таблица 2

Учебная работа (УР)	Всего	Распределение по семестрам	Коды формируемых компетенций
		8	
Трудоёмкость модуля в зачетных единицах (ЗЕТ)	4	4	
Распределение трудоёмкости по видам УР в академических часах (АЧ):	144	144	ОК-6, ОК-9 ПК-1
- лекции	18	18	
- практические занятия (семинары)	18	18	
- лабораторные работы	18	18	
- аудиторная СРС	9	9	
- внеаудиторная СРС	126	126	
Аттестация: -- экзамены		36	ОК-6, ОК-9 ПК-1

4.2 Содержание и структура разделов учебного модуля

Тема 1. Введение. Художественный рынок. Понятие художественного рынка. Структура художественного рынка. Особенности его развития в России и зарубежом.

Тема 2. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.

Анализ основных аспектов покупательского поведения. Факторы, влияющие на решение покупателя о покупке. Анализ поведения продавцов и покупателей на художественном рынке. Основные факторы, влияющие на поведение продавцов и покупателей на художественном рынке.

Сегментирование художественных рынков. Основные принципы сегментирования художественных рынков, выбор целевых сегментов и позиционирование товара (услуги) на художественном рынке.

Тема 3. Продвижение художественно-промышленных изделий на рынке. Подготовка маркетинговой среды. Способы и стратегии продвижения художественно-промышленных изделий на рынке. Стимулирование сбыта. Характеристики сбытовой деятельности.

Тема 4. Анализ рынка художественно-промышленных изделий. Рынок художественно-промышленных изделий. Обзор рынка художественно-промышленных изделий, состояние, тенденции, прогноз развития. Анализ структуры рынка художественно-промышленных изделий.

Тема 5. Методы ценообразования. Подходы к ценообразованию. Характеристика этапов процесса ценообразования. Выбор методов ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены художественно-промышленных изделий.

Тема 6. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Реклама, связи с общественностью, персональные продажи, стимулирование сбыта. Связь рекламы с другими составляющими системы маркетинга и маркетинговых коммуникаций.

4.3 Лабораторный практикум (очное обучение)

Таблица 3

№ раздела УМ	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, ак. час
Тема 3	ЛР-1 Потребительский потенциал в целом и по отдельным товарам	4
Тема 4	ЛР-2 Пропорциональность рынка	4
Тема 5	ЛР-3 Тенденция развития рынка сувенирной продукции	5
Тема 6	ЛР-4 Специфика рынка сувенирной продукции	5
Всего		18

4.4 Курсовые проекты (работы) не предусмотрены

4.5 Организация изучения учебного модуля

Методические рекомендации по организации изучения УМ с учетом использования в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий даются в Приложении А.

5 Контроль и оценка качества освоения учебного модуля

Контроль качества освоения студентами УМ и его составляющих осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Для оценки качества освоения модуля используются формы контроля: текущий – регулярно в течение всего семестра; рубежный – на девятой неделе семестра; семестровый – по окончании изучения УМ.

Оценка качества освоения модуля осуществляется с использованием фонда оценочных средств, разработанного для данного модуля, по всем формам контроля в соответствии с положениями «Об организации учебного процесса по образовательным программам высшего образования» и «О фонде оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации студентов и итоговой аттестации выпускников».

Содержание видов контроля и их график отражены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля представлено Картой учебно-методического обеспечения (Приложение В)

7 Материально-техническое обеспечение учебного модуля

Для осуществления образовательного процесса по учебному модулю необходима аудитория, оборудованная современными учебными дидактическими средствами обеспечения занятий, мультимедийными средствами для демонстрации лекций-презентаций, презентаций проектов и видеоматериалов, доступом в интернет.

Приложения (обязательные):

А – Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля

Б – Технологическая карта (очное и заочное обучение)

В - Карта учебно-методического обеспечения УМ

Приложение А (обязательное)

Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля «Основы художественного рынка»

А.1 Методические рекомендации по теоретической части учебного модуля

Теоретическая часть модуля направлена на формирование системы знаний основных законов и методов создания художественного образа, пространственного и проектного мышления у студентов.

Освоение дисциплины представляет определенные трудности для студентов: сложность процесса формирования пространственного мышления и большие затраты по времени для графического оформления. Для успешного преодоления этих проблем изучение теоретического материала идет в тесной связи с выполнением графических работ непосредственно на аудиторных занятиях.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности студентов по овладению программным материалом УМ.

Задачи лекционных занятий – дать связанное, последовательное изложение материала, сообщить студентам основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

Структура и содержание основных разделов (приведена в рабочей программе учебного модуля, раздел 4.2)

Методы и средства проведения теоретических занятий

Теоретическая часть излагается преподавателем на лекционных занятиях, а также усваивается студентом самостоятельно при знакомстве с литературой, которая предназначена для более глубокого овладения знаниями основных дидактических единиц соответствующего раздела и указана в таблице А.1.

А.2 Методические рекомендации по практическим занятиям

Цель практических занятий – закрепление теоретического материала, выработка практических умений и навыков изображения пространственных форм в виде эскизов и чертежей.

Задачи занятий - углубление знаний, полученных на теоретических занятиях и применение их на практике.

Методы и средства проведения практических занятий.

Проведение практических занятий строится следующим образом:

- 70 % аудиторного времени отводится на объяснение заданий, разъяснение методики их выполнения, выполнение заданий под руководством преподавателя;
- 30 % аудиторного времени – самостоятельное выполнение заданий студентами.

В процессе выполнения практических заданий преподаватель отслеживает их выполнение, при необходимости корректирует и направляет действия студента.

Примерные темы практических заданий:

ПЗ-1. Факторы макросреды функционирования художественного рынка.

ПЗ-2. Сегментирование художественных рынков.

ПЗ-3. Выбор целевых сегментов и позиционирование художественно-промышленного изделия.

ПЗ-4. Анализ структуры художественного рынка.

А.3 Методические рекомендации по лабораторным занятиям

Цель лабораторных занятий и практических занятий - формирование компетентности студентов в области физики и технологии материалов электронной техники, способствующей становлению их готовности к решению задач профессиональной деятельности.

Задачи занятий - углубление знаний, полученных на теоретических занятиях и применение их в условиях, приближенных к условиям реальной профессиональной деятельности.

Структура и содержание основных разделов лабораторного практикума (приведена в рабочей программе учебного модуля, раздел 4.3)

Методы и средства проведения занятий

При проведении лабораторного практикума студенты максимально самостоятельно выполняют лабораторные работы. Занятия строятся следующим образом:

1) Первое занятие – вводное:

- получают указания по организационным вопросам: знакомятся с порядком выполнения, защиты ЛР, правилами оформления отчета (в соответствии с СТО 1.701-2010. Текстовые документы. Общие требования к построению и оформлению);

2) На втором и последующих занятиях:

- студенты выполняют лабораторные работы;
- оформляют отчеты по лабораторным работам;
- проводится защита выполненной лабораторной работы;

Примечание: без защиты лабораторных работ можно выполнить только 2 работы.

По результатам защит студентам начисляются баллы.

Студенты, не защитившие лабораторные работы в срок и не набравшие необходимой суммы баллов, защищают все выполненные лабораторные работы на занятии, выделенном как защита блока лабораторных работ. Такая защита оценивается минимальным количеством баллов.

Лабораторный практикум считается выполненным, если студент отработал и защитил все лабораторные работы, набрав при этом минимально необходимую сумму баллов.

Темы лабораторных работ приведены в таблице 3.

При выполнении практических и лабораторных работ студентам рекомендуется пользоваться методическими указаниями:

1. Пухачев А.С. Художественный рынок : Учеб.пособие / Новг..гос.ун-т им.Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2007. - 178с.

2. Ганенкова Н.А. Комплексное исследование рынка: Учебное пособие /НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2017. – 36 с.

А.4 Методические рекомендации по проведению самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов заключается в подготовке к лекциям, практическим и лабораторным занятиям, экзамену. Студентам рекомендуется пользоваться основной и дополнительной литературой, представленной в карте учебно-методического обеспечения (Приложение В).

А.4 Организация и проведение контроля

Текущий контроль.

Текущий контроль проводится регулярно в течение всего семестра.

Рубежный контроль.

Рубежный контроль проводится на 9 неделе семестра, включает оценку за систематичность и качество аудиторной и самостоятельной работы.

Семестровый контроль.

Качество усвоенного материала учебного модуля оценивается посредством суммарных баллов за семестр, включая оценку за экзамен.

Экзаменационные вопросы

- 1) Понятие художественного рынка.
- 2) Структура художественного рынка.
- 3) Особенности его развития художественного рынка в России и за рубежом.
- 4) Анализ основных аспектов покупательского поведения.
- 5) Факторы, влияющие на решение покупателя о покупке.
- 6) Анализ поведения продавцов и покупателей на художественном рынке.
- 7) Основные факторы, влияющие на поведение продавцов и покупателей на художественном рынке.
- 8) Основные принципы сегментирования художественных рынков, выбор целевых сегментов и позиционирование товара (услуги) на художественном рынке.
- 9) Подготовка маркетинговой среды.
- 10) Способы и стратегии продвижения художественно-промышленных изделий на рынке. Стимулирование сбыта.
- 11) Характеристики сбытовой деятельности.
- 12) Рынок художественно-промышленных изделий.
- 13) Обзор рынка художественно-промышленных изделий, состояние, тенденции, прогноз развития.
- 14) Анализ структуры рынка художественно-промышленных изделий.
- 15) Подходы к ценообразованию. Характеристика этапов процесса ценообразования.
- 16) Выбор методов ценообразования.
- 17) Факторы, влияющие на установление цены художественно-промышленных изделий.
- 18) Реклама, связи с общественностью, персональные продажи, стимулирование сбыта.

Образец экзаменационного билета

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого
Кафедра художественной и пластической обработки материалов

Экзаменационный билет № 1

Учебный модуль **Основы художественного рынка**

Для направления подготовки 29.03.04

- 1 Понятие художественного рынка
- 2 Реклама, связи с общественностью, персональные продажи, стимулирование сбыта

Принято на заседании кафедры _____ 201 г. Протокол № ____
Заведующий кафедрой _____ Е.Г.Бердичевский

Приложение Б
(обязательное)
Технологическая карта
учебного модуля «Основы художественного рынка»

семестр –8, ЗЕТ –4, вид аттестации – экзамен, акад. часов –144, баллов рейтинга –200

№ и наименование раздела учебного модуля, КП/КР	№ неде- ли сем.	Трудоемкость, ак.час					Форма текущего контроля успев. (в соотв. с паспортом ФОС)	Максим. Кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия				СРС		
		ЛЕК	ПЗ	ЛР	АСРС			
Тема 1. Введение. Художественный рынок	1	2	2	2	1	8	ПЗ-1	30
Тема 2. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей	2-4	2	2	2	1	8	ПЗ-2	30
Тема 3. Продвижение художественно-промышленных изделий на рынке	5-9	3	3	3	1	9	ЛР-1	40
Рубежный контроль – не менее 50 балла из 100								
Тема 4. Анализ рынка художественно-промышленных изделий	10-12	3	3	3	2	9	ПЗ-3 ЛР-2	8 11
Тема 5. Методы ценообразования	13-15	4	4	4	2	10	ПЗ-4 ЛР-3	8 11
Тема 6. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	16-17	4	4	4	2	10	ЛР-4	12
Аттестация	18					36	Комплект экз.билетов	50
Итого:		18	18	18	9	90		200

Критерии оценки качества освоения студентами дисциплины:

- «удовлетворительно» – 100–149 баллов.
- «хорошо» – 150–179 баллов.
- «отлично» – 180–200 баллов.

Заочная форма обучения

Технологическая карта учебного модуля «Основы художественного рынка»

семестр –6,7, ЗЕТ –2, вид аттестации – экзамен, акад. часов –72, баллов рейтинга –100

№ и наименование раздела учебного модуля, КП/КР	№ неде- ли сем.	Трудоемкость, ак.час					Форма текущего контроля успев. (в соотв. с паспортом ФОС)	Максим. Кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия				СРС		
		ЛЕК	ПЗ	ЛР	АСРС			
6 семестр								
Тема 1. Введение. Художественный рынок		2		0	0	0		
7 семестр								
Тема 3. Продвижение художественно-промышленных изделий на рынке		1	1	0	0	7	ПЗ-3	25
Тема 4. Анализ рынка художественно-промышленных изделий		1	1	0	0	7	ПЗ-4	25
Тема 5. Методы ценообразования		1		0	0	7		
Тема 6. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций		1		0	0	7		
Аттестация						36	Комплект экз.билетов	50
Итого:		6	2			64		100

Критерии оценки качества освоения студентами дисциплины:

- «удовлетворительно» – 50–74 баллов.
- «хорошо» – 75–84 баллов.
- «отлично» – 85–100 баллов.

Приложение Б

**Карта учебно-методического обеспечения
Учебного модуля «Основы художественного рынка»**

Направление (специальность) 29.03.04 – ТХОМ

Форма обучения – очная.

Курс -4, семестр – 8 семестр

Всего часов – 144 из них лекций – 18, практ. работ – 18, лаб.работ – 18, СРС ауд. – 9, СРС внеауд. – 90, экзамен.

Обеспечивающая кафедра – «Художественная и пластическая обработка материалов»,

Таблица В.1- Обеспечение учебного модуля учебными изданиями

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Учебники и учебные пособия		
1. Березкина Т.Е. Основы маркетинга: Практикум. - М.: Высшая школа, 2006. - 189,[3]с.: ил.	3	
2. Гавриленко Н.И. Основы маркетинга: Учеб. пособие для вузов. - М.: Академия, 2007. - 317,[2]с	1	
3. Котлер Филип. Основы маркетинга = Marketing essentials: Краткий курс:Пер.с англ. - М.;СПб.;Киев: Вильямс, 2007. - 646с. [др.]	4	
4. Федько В.П. Основы маркетинга: Учеб. пособие для студентов вузов / Под общ. ред.: В.П.Федько, И.И. Саввиди. - 4-е изд., доп.и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. - 479с	1	
Учебно-методические издания		
1.Основы художественного рынка [Электронный ресурс]: Рабочая программа / Авт.-сост. В.А.Попов; НовГУ им. Я.Мудрого – В.Новгород, 2017. – 12 с. Режим доступа: http://www.novsu.ru/study/umk/		
2. Пухачев А.С. Художественный рынок : Учеб.пособие / Новгород.гос.ун-т им.Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2007. - 178с	8	
3.Ганенкова Н.А. Комплексное исследование рынка: Учебное пособие /НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2012. – 36 с https://novsu.bibliotech.ru/Reader/BookPreview/-892		

Таблица В.2 Программное обеспечение учебного модуля

Название программного продукта	Примечание
CorelDraw Graphics Suite X3 Classroom License MULTI 15+1	
Creative Suite 3 Design Standart Russian version Win Educ	
Autodesk 3dsMax	

Таблица В.3- Дополнительная литература

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
1. Колборн Роберт. Мерчандайзинг. Принципы успешной торговли = Visual Merchandising. The Business of Merchandise Presentation. - СПб. : Нева, 2002. - 412, [1] с. : ил	2	
2. Выставка: какой ей быть? Многообразие тем, разнообразие форм. науч.-практ. пособие / сост. Т. Е. Наместникова. - М. : Либерия-Бибинформ, 2011. - 159, [1] с.	2	
3. Олвуд Джон. Выставки: планирование и дизайн : рук. для деловых людей, дизайнеров, устроителей и участников выст. : пер. с англ. - Новосибирск : Интербук, 1991. - 154 с.	1	
4. Есикова И.В. Как завоевать покупателя : практ. пособие. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2009. - 163, [3] с. : ил.	2	

Действительно для учебного плана 2017/18

Зав. кафедрой  /Е. Г. Бердичевский/

СОГЛАСОВАНО

Новгородский государственный
университет им. Ярослава Мудрого
Научная библиотека

НБ НовГУ: гл.библиотекарь  /Н. А. Калинина/