

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по научной работе

*[Подпись]* В.Р.Языкович

« 4 » *апреля* 2019 г.

Регистрационный № УД- *81* /зуч.

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ МОДЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС**

*Учебная программа учреждения высшего образования*

*по учебной дисциплине для специальности*

*1-21 04 01 Культурология (по направлениям)*

*для направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная)*

*специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей*

2019 г.

Учебная программа составлена на основе Образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-21 04 01-2013 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям) и учебного плана по специализации 1-21 04 01-02 02 Международные культурные связи, рег. № Д21-1-69/17 уч. от 04.07.2017

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

*Е.Г. Коваленя*, старший преподаватель кафедры межкультурных коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*В.Ф. Миртвинов*, заведующий кафедрой культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний им. А.М.Широкова», доктор культурологии, профессор;

*Е.А. Макарова*, заведующий кафедрой менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

*кафедрой межкультурных коммуникаций* учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 1 от 29.08.2018);

*президиумом научно-методического совета* учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 3 от 20.02.2019).

Ответственный за выпуск: *Е.Г. Коваленя*

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Международный модельный бизнес» направлена на формирование знаний студентов о специфике организации международного сотрудничества в сфере моды и модельного бизнеса, а также на овладение необходимыми навыками эффективной управленческой деятельности при организации бизнес-процессов в международных модельных агентствах.

Изучение данной учебной дисциплины предполагает наличие базовых знаний, полученных студентами в процессе освоения таких учебных дисциплин, как «Теория и история международных культурных связей», «Практика международных культурных связей», «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры», «Профессиональные коммуникации», «Фундаментальная культурология», «Прикладная культурология», «Менеджмент в сфере культуры за рубежом», «Реклама в сфере культуры».

В соответствии с Образовательным стандартом высшего образования ОСВО 1-21 04 01-2013 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), содержание учебной дисциплины направлено на формирование академических, социальных и профессиональных компетенций. В процессе изучения учебной дисциплины, студент должен сформировать следующие

*академические компетенции специалиста:*

- АК-1. Уметь использовать базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-5. Быть способным порождать новые идеи (владеть креативностью).
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом к решению проблем.
- АК-8. Владеть навыками устной и письменной коммуникации.

*Социально-личностные компетенции:*

- САК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.
- САК-3. Владеть способностью к межличностным коммуникациям.

*Профессиональные компетенции специалиста:*

- ПК-3. Реализовывать общегосударственные, региональные и ведомственные программы и проекты культуры и искусств.
- ПК-4. Оценивать состояние, тенденции и перспективы развития сферы культуры и искусств.
- ПК-5. Прогнозировать, планировать и организовывать инновационно-методическую и художественно-творческую деятельность в сфере культуры и искусств.
- ПК-6. Выявлять интересы и педагогические потребности населения в разных видах свободного времени.

- ПК-9. Организовывать свою работу на научной основе, владеть компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации в сфере профессиональной деятельности.

- ПК-18. Обеспечивать организационно-управленческое функционирование учреждений, организаций и объединений социокультурной сферы.

- ПК-19. Разрабатывать социально-культурные проекты в коммерческой, финансово-хозяйственной деятельности.

- ПК-20. Организовывать финансово-экономическое обеспечение проектов в сфере культуры и искусств.

- ПК-21. Способствовать переходу учреждений культуры и искусств на новые условия хозяйствования, способствовать их работе в условиях рыночных отношений, организовывать внешнекультурную деятельность с зарубежными странами.

- ПК-22. Проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и осуществлять международные, республиканские, региональные и целевые социально-культурные проекты.

- ПК-23. Создавать рекламную стратегию культурно-досуговых программ, применять методику подбора слоганов для культурных проектов.

- ПК-24. Разрабатывать и проводить кампании по связям с общественностью, взаимодействовать со средствами массовой информации.

*Цель учебной дисциплины «Международный модельный бизнес» – формирование практических умений и навыков в области организации и регулирования отношений по осуществлению международного культурного сотрудничества в сфере модельного бизнеса.*

*Задачи учебной дисциплины:*

- овладение умениями и навыками поиска, систематизации и комплексного анализа материала по проблематике;
- усвоение комплекса теоретических знаний о технологиях организации международного культурного сотрудничества в сфере модельного бизнеса;
- ознакомление с методиками анализа основных форм международного культурного сотрудничества в сфере модельного бизнеса;
- закрепление навыков использования систематизированных теоретических и практических знаний при проектировании процессов в модельных агентствах;
- формирование профессиональных компетенций по продвижению моделей в системе международного культурного сотрудничества;
- освоение навыков разработки международных проектов в модельном бизнесе.

По окончании изучения учебной дисциплины студенты должны *знать*:

- структуру и содержание предмета «Международный модельный бизнес»;
- терминологию, используемую при изучении учебной дисциплины;

- методы управления бизнес-процессами в международных модельных агентствах;
- методики анализа основных форм международного культурного сотрудничества модельного бизнеса;
- технологии реализации, бюджетирования и продвижения международных проектов в сфере модельного бизнеса;
- содержание институционального и правового регулирования международных культурных связей в модельном бизнесе;
- направления и перспективы развития модельного бизнеса в Беларуси.

Студенты должны *уметь*:

- грамотно применять понятийный аппарат при решении конкретных задач в области международного сотрудничества в модельном бизнесе;
- использовать систематизированные теоретические и практические знания при планировании и реализации международных проектов в модельном бизнесе;
- работать с нормативными правовыми актами и международными договорами, регулирующими рассматриваемые правоотношения;
- разрабатывать проекты в сфере международного модельного бизнеса и информационно-рекламные материалы для модели.

Студенты должны *владеть*:

- современными технологиями организации сотрудничества в сфере международного модельного бизнеса;
- приемами создания положительного имиджа модели на международном уровне;
- методологией комплексного анализа существующей практики организации международного сотрудничества в сфере модельного бизнеса и применения наиболее успешных в отечественной практике.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Международный модельный бизнес» всего предусмотрено 58 часов, из них 34 часа – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 8 часов, семинарские занятия – 14 часов, лабораторные – 6 часов, управляемая самостоятельная работа – 6 часов.

Рекомендуемая форма контроля – зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### *Тема 1. Основы модельного бизнеса. История профессии «модель»*

Цель, задачи и содержание учебной дисциплины. Основные понятия и категории учебной дисциплины. Место учебной дисциплины в системе профессиональной подготовки специалистов в области международных культурных связей.

Феномен моды и модные тенденции. Понятие «модель» и «модельный бизнес» в социально-гуманитарных науках. Социально-экономические предпосылки зарождения и развития модельного бизнеса на рубеже к. XVIII–н. XIX вв. Национальные школы моды Италии, Англии, Франции.

Формы демонстрации модных товаров в условиях межкультурной коммуникации. Куклы-модели, салонные показы мод, иконы стиля и журналы мод – как инструменты продвижения товаров для разных групп потребителей. Функции демонстраторов одежды в XIX веке. Реформа Ч. Фр. Уорта в модельном бизнесе. Новые направления работы моделей: демонстрации моделей будущего сезона, предварительные показы коллекций, Opening Day и т.д.

Общая характеристика развития модельного бизнеса и особенностей профессиональной работы моделью в XX–XXI вв. Феномен супермодели в фешн-бизнесе: Кл. Шиффер, Н. Кэмпбелл, Л. Евангелиста, С. Кроуфорд, К. Бруни, Х. Кристенсен. Современные требования к профессиональным моделям.

### *Тема 2. Международные модельные агентства*

История возникновения первых модельных агентств: «Дом Уорта» в Париже (1858 г.), «Дом манекенщиц Мадам Люсиль» в Лондоне (1890 г.), «Бюро моделей» в Нью-Йорке (1915 г.), Общесоюзный дом моделей «На Кузнецком мосту» в Москве (1944 г.), Ford Models (1946 г.) и т.д.

Место и функции модельного агентства в системе современной межкультурной коммуникации. Организационная структура современного модельного агентства. Должностные обязанности персонала: директора, скаута, букера, администратора, стилиста, имиджмейкера, визажиста, парикмахера, фотографа и др. Специализация модельных агентств.

Организация международных связей и контрактной работы в модельном бизнесе. Материнское модельное агентство. Функции Департамента внешних (международных) связей в модельном агентстве. Этапы подготовки информационно-рекламных материалов для модели: снейшотов (полароидов), композиток, портфолио и т.д.

Общая характеристика современных модельных агентств стран Америки, Европы, Азии и других.

*Тема 3. Параметры и компетенции моделей различной специализации в модельном агентстве*

Типажки моделей (женщин, мужчин, детей) и их востребованность на внутреннем и внешнем рынке. Требования к параметрам и компетенциям моделей различной специализации в современных международных модельных агентствах (подиумные модели / runway modeling, фотомодель / photo, editorial modeling, модель для каталога / catalogue modeling, примерочная модель / fitting model, этническая модель, характерная модель / character modeling, неформальная модель; модель, представляющая части тела / part models, акт-модель / glamour, модели для пристендовой работы / convention and trade show, полные модели / plus size, маленькие модели / petite, возрастная модель, junior modeling и т.д.). Модели-андрогины в системе современной межкультурной коммуникации.

Основные направления деятельности современных моделей: демонстрация коллекций дизайнеров на показах мировых Недель моды (Haute Couture и Pret-a-porter); участие в фото- и видеосъемках для журналов, каталогов, лук-буков, видео- и рекламных роликов; работа на презентациях, выставках и в шоу-румах и т.д.

Система профессиональной подготовки «Ангелов Виктория Секрет» (Victoria's Secret Angels) к показам и фешн-шоу.

*Тема 4. Проектирование в международном модельном бизнесе*

Моделинг в странах Америки, Евразии. Профессиональные участники фешн-рынка. Участие модели в коммерческих проектах в модной индустрии.

Мировые Недели моды как основная форма международной коммуникации и продвижения товаров/услуг. Характеристика крупнейших Недель моды Евразии, Америки, Австралии. Театрализация показа мод. Профессиональные международные конкурсы красоты в системе многостороннего межкультурного обмена. Участие непрофессиональных моделей в международных конкурсах красоты. Популяризация профессии «модель» в различных странах посредством создания тематических реалити-шоу. Современные проекты в области международного модельного бизнеса. Креативные фешн-проекты в маркетинговой коммуникации домов мод.

Этапы проектирования в модельном бизнесе. Постановка цели, разработка концепции мероприятия и управление проектом. Бюджетирование и юридическое сопровождение фешн-проекта. Технология реализации и продвижения проекта с участием субъектов фешн-рынка: кастинга, тестовой фотосъемки, фотосессии, дефиле, демонстрации коллекции одежды, презентации, выставки и т.д.

### *Тема 5. Современное состояние и тенденции развития модельного бизнеса в Республике Беларусь*

Характеристика модельного бизнеса в Беларуси. Востребованные типы белорусских моделей в странах Северной и Латинской Америки, Европы, Азии, и других.

Проектная деятельность Национальной школы красоты Республики Беларусь и РОО «Белорусская палата моды». Ведущие модельные агентства Беларуси: Студия моды Сергея Нагорного (Fashion Studio Sergey Nagorny), Центр моды и красоты Хрустальная нимфа, Агентство моделей «Студия Тамара» и др.

Знаменитые белорусские модели, участвующие во внутренних и международных проектах в сфере модельного бизнеса. Современные проекты в сфере моды и их значение для развития модельного бизнеса в Беларуси на современном этапе. Неделя моды в Республике Беларусь. Национальный конкурс красоты «Мисс Беларусь».

### *Тема 6. Ведущие дома мод и их влияние на модельный бизнес*

Дома мод (бренды) функционирующие на современном фешн-рынке. Влияние домов мод (брендов) на формирование и развитие модельного бизнеса. Сотрудничество дома мод (бренда) с международными модельными агентствами. Проектная деятельность дома мод (бренда) в сфере международного модельного бизнеса. Востребованные типы моделей, принимающих участие в проектах дома мод (бренда). Особенности продвижения продукции дома мод (бренда) посредством моделей на международном рынке. Специфика работы моделей во время демонстрации дома мод (бренда), фото- и видео-съемок для журналов, каталогов, лукбуков, рекламных роликов и т. д.



**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	практ. занятия	лабор. занятия		
1	Основы модельного бизнеса. История профессии «модель»	2	2			тест
2	Международные модельные агентства	2	2	2	2	защита реферата
3	Параметры и компетенции моделей различной специализации в модельном агентстве	2	2			
4	Проектирование в международном модельном бизнесе		4	4	2	презентация кейса
5	Современное состояние и тенденции развития модельного бизнеса в Беларуси	2	2			
6	Ведущие дома мод и их влияние на модельный бизнес		2			
	<b>Всего ...</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### *Основная:*

1. Андреева, Р. П. Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.
2. Варламов, А. Л. Модные сказки от Саши Варламова / А. Л. Варламов. – Минск : Майно, 2004. – 247 с.
3. Варламов, А. Л. Супермодель – профессия мечты / А. Л. Варламов. – Минск : Петит, 1999. – 73 с.
4. Васильева, Э. В. Модный показ как система кодов современной культуры / Э. В. Васильева // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2015. – № 2. – С. 98-105.
5. Гражданский Кодекс Республики Беларусь : 7 дек. 1998 г. № 218-3 ; принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. ; одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn----7sbakgchdukjdc8auvwj.xn--90ais/>. – Дата доступа: 22.06.2017.
6. Зюлковская, Е. А. Мода и модельный бизнес : справочное пособие / Е. А. Зюлковская. – Минск : Равноденствие, 2005. – 54 с.
7. Мода и модельеры / [отв. ред. М. Н. Шинкарук]. – М. : Мир энциклопедий Аванта+ : Астрель, 2012. – 183 с.
8. Старикова, Ю. А. Индустрия моды : учебное пособие / Ю. А. Старикова. – М. : А-Приор, 2009. – 126 с.
9. Учебник модельного бизнеса [Электронный ресурс] / Models. – Режим доступа: <http://www.models.ua/book>. – Дата доступа: 03.06.2017.
10. Podium life: модели, фотографы, кастинги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/newyorkfashionweektv>. – Дата доступа: 19.06.2017.
11. The Fashion-business : теория, практика, феномен / под ред. Н. Уайт и Й. Гриффитса ; [пер. с англ. А. Н. Поплавская ; науч. ред. А. В. Попова]. – Минск : Гревцов Паблицер, 2008. – 263 с.

#### *Дополнительная:*

1. Васильева, Ж. В. Мода будущего: прогнозирование трендов / Ж. В. Васильева // Вопросы культурологии. – 2011. – № 1. – С. 81-85.
2. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 1 : Русские красавицы / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2006. – 68 с.
3. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 4 : Звезды мирового немого кино / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – с. 68 с.

4. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 11 : Русские денди / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – 68 с.
5. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 12 : Звезды сталинской эпохи / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – 68 с.
6. Ворт, Ж. Ф. Век моды / Ж. Ф. Ворт ; пер. с англ. А.А. Брядинская. – М. : Этерна, 2013. – 320 с.
7. Закарян, Л. «Уличный модник: модель или автор моды?» / Л. Закарян // Обсерватория культуры. – 2013. – № 5. – С. 46-51.
8. Закарян, Л. Уличная мода: сопротивление модному глобализму или его последствие? / Л. Закарян // Обсерватория культуры. – 2012. – № 5. – С. 34-39.
9. Каваленка, А. А. Жыццё ў стылі fashion : мадэльер Галіна Мяшкова / А. А. Каваленка, Т. В. Гаранская // Мастацтва. – 2014. – № 1. – С. 32-35.
10. Коваленя, Е. Г. Интернет проекты виртуальных выставок в брендинге модных домов / Е. Г. Коваленя // Белорусская национальная культура и личность : сборник материалов XXXVIII Итоговой научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов (19 апреля 2013 г.) / Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск, 2013. – С. 376-380.
11. Кибалова, Л. Н. Иллюстрированная энциклопедия моды / Л. Н. Кибалова, Ольга Гербенюва, Милена Ламарова ; [пер.: И. М. Ильинская, А. А. Лосева]. – Прага : Артня, 1988. – 608 с.
12. Конева, А. В. Нарративы идентичности: модные блоги в пространстве Сети / А. В. Конева // Вопросы культурологии. – 2015. – № 4. – С. 78-82.
13. Которм, Н. История моды в XX веке / Н. Которм ; [пер. с англ. Л. Кныша]. – Москва : Тривиум, 1998. – 173 с.
14. Лыкова, Т. В. Мода за железным занавесом / Т. В. Лыкова // Мир музея. – 2012. – № 3. – С. 4-8.
15. Мода и искусство : [сборник эссе] / [ред. Г. Адам, К. Вики ; пер. с англ. Е. Демидовой и др.]. – Москва : Новое литературное обозрение, 2015. – 256 с.
16. Скляренко, В. М. 100 знаменитых мира моды / Н. И. Скляренко, О. В. Исаенко. – Харьков : Фолио, 2006 – 509 с.
17. Хаматова, В. В. Дизайнеры России, США, Японии и Германии XX века : учебное пособие / В. В. Хаматова, А. Ф. Салахова. – Казань, Издат-во КНИТУ, 2013. – 112 с.
18. Чернодед, А. Б. Мода как объект социокультурного анализа / А. Б. Чернодед // Вопросы культурологии. – 2015. – № 10. – С. 88-93.
19. Korea – Belarus International Conference «Fashion Road : Korea to Belarus» : proceedings / Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск : [б. и.], 2005. – 168 с.

*Электронные ресурсы удаленного доступа:*

1. Мода телеканал [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UC26QYDL7W14T6PPRHrApYjg>. – Дата доступа: 02.06.2017.
2. Национальная школа красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarusmodels.by/>. – Дата доступа: 15.06.2017.
3. Fashion Channel London [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/LondonFashionWeekTV>. – Дата доступа: 09.06.2017.
4. Fashion Channel Milano [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/FashionChannel>. – Дата доступа: 05.06.2017.
5. Fashion Channel New York [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/newyorkfashionweektv>. – Дата доступа: 05.06.2017.
6. Fashion Channel Paris [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/parisfashionweektv>. – Дата доступа: 07.06.2017.
7. Fashion One Russia [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/FashionOneRussian>. – Дата доступа: 25.06.2017.
8. Show Fashion [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/FataleFashionIII>. – Дата доступа: 05.06.2017.
9. World Fashion Channel [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/WFCTVofficial>. – Дата доступа: 07.06.2017.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

В процессе изучения учебной дисциплины «Международный модельный бизнес» студент должен получить представление о базовых понятиях модельного бизнеса, бизнес-процессах и методах управления ими, а также овладеть навыками анализа существующей практики организации международного сотрудничества в моделинге и применения наиболее успешных в отечественной практике.

Изучение учебной дисциплины и самостоятельная подготовка к занятиям студента предполагает:

1. изучение конспекта лекций;
2. ознакомление с рекомендованной литературой, а также самостоятельный поиск дополнительных источников информации;
3. составление развернутого плана и устного ответа по одной из тем, предложенных для самостоятельной работы;
4. использование при самостоятельной подготовке аудиовизуальных и компьютерных средств обучения.

Студентам предлагается осуществлять такие виды самостоятельной работы по учебной дисциплине, как контент-анализ публикаций по освещению передового опыта межкультурного сотрудничества в сфере модельного бизнеса, разработка тематических презентаций с применением коммуникативных технологий (дискуссий, пресс-конференций, учебных дебатов и других активных форм и методов); посещение показов мод, кастингов, фотосессий; участие в деловых, ролевых, имитационных играх; разработка международных проектов для моделей, составление аннотаций и реферирование, а также выполнять учебно-исследовательскую, поисковую работу реферативного характера.

## ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ

Для диагностики уровня знаний и умений студентов по учебной дисциплине «Международный модельный бизнес» рекомендуется использовать:

- фронтальную беседу в ходе лекционных занятий;
- опрос в ходе лекций и практических занятий;
- работу в группах;
- защиту результатов, полученных в исследованиях;
- создание и защита собственного проекта;
- зачет.

Основными средствами диагностики результатов учебной деятельности студентов являются:

- опрос и тестирование с целью определения уровня теоретических знаний студентов по отдельным темам учебной дисциплины;
- написание и защита реферата по теме учебной дисциплины, а также отчетов по практическим и лабораторным работам;
- защита собственного проекта.

Для определения степени соответствия учебных достижения студента по требованиям образовательного стандарта также рекомендуется использовать проблемные, творческие задания, которые предусматривает эвристическую деятельность.

## МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Во время освоения учебной дисциплины «Международный модельный бизнес» рекомендуется использовать следующие методы обучения:

- диалогическое и проблемное обучение;
- эвристические беседы;
- практические занятия;
- поисковые лабораторные работы;
- метод иллюстраций;
- деловые игры;
- кейс-стади;
- мозговой штурм;
- метод невключенного наблюдения.

Основными технологиями обучения, применяемыми во время преподавания учебной дисциплины «Международный модельный бизнес» являются:

- коллективно-взаимное обучение;
- работа в малых группах;
- проектная технология;

- игровые технологии
- проблемное и контекстное обучение;
- технология работы с видеоматериалами.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ