

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
факультета государственной
культурной политики
Единак А. Ю.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.13 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Направление подготовки 51.04.02 – Народная художественная культура

Профиль подготовки Культурное наследие русского народа

Квалификация (степень) выпускника *магистр*

Форма обучения очная, заочная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: Цель освоения дисциплины (модуля) «Менеджмент и маркетинг в системе культурного наследия» направлена на освоение студентами теоретических знаний и практических навыков технологий менеджмента и маркетинга применительно к особенностям профессиональной деятельности в области организации и управления народной художественной культурой.

Формируемые компетенции в результате освоения дисциплины (модуля):

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели.

ОПК-1 - Способен организовывать исследовательские и проектные работы в области культуроведения и социокультурного проектирования.

ПК-1 - Готовность выявлять и анализировать актуальные проблемы теории и истории народной художественной культуры

ПК – 8 - Готов к руководству учреждениями и организациями, участвующими в изучении, сохранении и развитии народной художественной культуры

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	Знать: методологию и методику проектного менеджмента. Уметь: разрабатывать и реализовывать проект полного цикла. Владеть: технологией разработки и реализации проектов.
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели.	Знать: теорию и методологию психологии управления. Уметь: организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения. Владеть: психологическими методами управления профессиональным коллективом

<p>ОПК-1 Способен организовывать исследовательские и проектные работы в области культуроведения и социокультурного проектирования</p>	<p>Знать: специфику организации исследовательских и проектных работ в области теории, истории, организации и руководства развитием народной художественной культуры, народного художественного творчества, этнокультурного воспитания и образования</p> <p>Уметь: организовывать исследовательские и проектные работы в области теории, истории, организации и руководства развитием народной художественной культуры, народного художественного творчества, этнокультурного воспитания и образования</p> <p>Владеть: навыками организации исследовательских и проектных работ в области теории, истории, организации и руководства развитием народной художественной культуры, народного художественного творчества, этнокультурного воспитания и образования.</p>
<p>ПК-1 Готовность выявлять и анализировать актуальные проблемы теории и истории народной художественной культуры</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современные мировые и национальные тенденции развития народной художественной культуры, ее основных жанров, насущные проблемы их сохранения и пропаганды; • современные научные направления и школы изучения народной художественной культуры в России и мире; • основные правоустанавливающие документы, регулирующие развитие и сохранение народной художественной культуры в России; • современные тенденции развития теории и истории народной художественной культуры в регионах Российской Федерации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • собирать, обобщать и анализировать теоретическую и эмпирическую информацию о современных процессах, явлениях и тенденциях развития народной художественной культуры; • отслеживать основные тенденции и состояние НХК и прогнозировать перспективу их развития; • формулировать выводы и разрабатывать методические рекомендации по решению актуальных проблем теории и истории народной художественной культуры. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методологией и методикой научных исследований в сфере НХК, • умениями представлять результаты теоретических и практических исследований для широкой аудитории используя,

	правилами, приемами и способами анализа и рецензирования научных работ и их оценки.
<p><i>ПК – 8</i> Готов к руководству учреждениями и организациями, участвующими в изучении, сохранении и развитии народной художественной культуры</p>	<p>ЗНАЕТ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и правила организации коллектива. <p>УМЕЕТ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать коллективную научную деятельность организаций и учреждений, участвующих в изучении, сохранении и развитии народной художественной культуры - принимать и реализовывать решения, связанные с особенностями управления учреждениями и организациями, участвующими в изучении, сохранении и развитии народной художественной культуры; - находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях. <p>ВЛАДЕЕТ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организационно-управленческой деятельности.

Задачи дисциплины: соотносятся с набором требований к выпускникам по направлению подготовки 51.04.02 Народная художественная культура, профиль «Культурное наследие русского народа». Заданный тип задач профессиональной деятельности научно-исследовательский.

В результате освоения дисциплины студент должен:

1) Знать:

- системообразующие понятия менеджмента и маркетинга;
- основы инновационного, стратегического, финансового, кадрового менеджмента;
- основы управления сферой народного художественного творчества, его особенности, виды менеджмента и маркетинга, технологии ПР и рекламы;
- основы российского законодательства в области сохранения национального культурного наследия

2) Уметь:

- использовать полученные знания в процессе профессиональной деятельности;
- использовать нормативно-правовые документы в реализации актуальных задач воспитания населения, развития духовно-нравственной культуры общества, национально-культурных отношений средствами народной художественной культуры и любительского творчества;
- выполнять функции арт-менеджера, планировать и организовывать все виды организаторской и управленческой деятельности в коллективе художественной самодеятельности;

- разрабатывать учебно-методическую документацию по организации управления коллективом народного художественного творчества.

3) Владеть:

- основными формами и методами организации и управления коллективом народного художественного творчества;
- приемами руководства художественно-творческой деятельности коллектива НХТ;
- основными методами управления коллективами этнохудожественной направленности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина "Менеджмент и маркетинг в системе культурного наследия" входит в состав Блока Б1. "Обязательная часть" ОПОП ВО 51.04.02 по направлению подготовки "Народная художественная культура", профиля подготовки «Культурное наследие русского народа».

Дисциплина "Менеджмент и маркетинг в системе культурного наследия" изучается во 2-м и 3-м семестрах.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Основы государственной культурной политики», «Организация и руководство народным художественным творчеством», «Организация и руководство этнокультурными центрами». Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач и формированию необходимых компетенций, а так же для прохождения Производственной практики и процедуры Государственной итоговой аттестации. Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП ВО 51.03.02 способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций УК-2, УК-3, ОПК-1, ПК-1, ПК- 8 в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО 51.03.02 по направлению подготовки "Народная художественная культура", профиля подготовки «Культурное наследие русского народа».

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля)

Объём (общая трудоемкость) дисциплины «Менеджмент и маркетинг в системе культурного наследия» составляет 4 з.е., 144 акад. часа, из них контактных 68 акад.ч., СРС 49 акад.ч., формы контроля: зачет -2 семестр, экзамен 3 сем.

Лекционные занятия предназначены для теоретического осмысления и обобщения сложных разделов дисциплины, которые освещаются, в основном, на проблемном уровне.

Семинарские занятия предполагают работу каждого студента по групповому или индивидуальному заданию и личный устный или письменный отчет по нему перед педагогом. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованной литературе, для выполнения заданий по курсу.

4.2. Структура дисциплины
- для очной формы обучения.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	ИКР	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
				Лекций	Семинар	СРС	Всего	
1.	Введение. Предмет и задачи курса.	2		3		5		
2.	Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.	2		4		5		
3.	Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.	2		3		5		
4.	Реклама и технологии ПР.	2		4	2	5		
5.	Управление персоналом	2		3		5		
6.	Менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве. Типы и условия реализации.	2		3	2	5		
7.	Методология менеджмента в сфере народной художественной культуры	2		4	2	4		
8.	Организационная структура управления коллективом народного художественного творчества	2		3	2	4		Защита реферата
Итого: в 2 семестре				26	8	38		
9.	Современные информационные технологии и менеджмент в сфере народной художественной культуры	3		4		3		
10.	Специальные методы менеджмента в этнокультурных	3		5	2	3		

	организациях							
11.	Культура менеджмента и система управления персоналом в сфере народной художественной культуры	3		5		3		
12.	Учёт, отчётность и контроль эффективности труда менеджеров и специалистов в сфере народной художественной культуры и народного искусства	3		4	2	3		Защита проекта
13.	Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR и СМИ	3		4	2			Тестирование
14.	Финансирование этнокультурных проектов, привлечение финансовых средств из различных источников	3		4	2	3		
	Экзамен							27
	Итого за 3 семестр:		2	26	8	11		
	ИТОГО за период обучения:		4	52	16	49	144	

для заочной формы обучения.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	ИКР	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
				Лекций	Семинар	СРС	Всего	
1.	Введение. Предмет и задачи курса.	2		1		8		
2.	Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.	2		1		8		
3.	Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.	2		1		8		
4.	Реклама и технологии ПР.	2				6		
5.	Управление персоналом	2				8		
6.	Менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве. Типы и условия реализации.	2			1	8		
7.	Методология менеджмента в сфере народной художественной культуры	2		1		6		
8.	Организационная структура управления коллективом народного художественного творчества	2			1	8		Защита реферата
Итого: в 2 семестре				4	2	62		
9.	Современные информационные технологии и менеджмент в сфере	3			1	10		

	народной художественной культуры							
10.	Специальные методы менеджмента в этнокультурных организациях	3		1		10		
11.	Культура менеджмента и система управления персоналом в сфере народной художественной культуры	3		1		10		
12.	Учёт, отчётность и контроль эффективности труда менеджеров и специалистов в сфере народной художественной культуры и народного искусства	3		1		9		Защита проекта
13.	Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR и СМИ	3			1	9		Тестирование
14.	Финансирование этнокультурных проектов, привлечение финансовых средств из различных источников	3		1		9		
	Экзамен							9
	Итого за 3 семестр:		2	4	2	57		
	ИТОГО за период обучения:			8	4	119	144	

4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса.

Основное содержание курса, цели, задачи. Особенности менеджмента и маркетинга в сфере культуры. Роль менеджмента и маркетинга в управлении, планировании, развитии учреждений культуры. Проблема эффективности менеджмента в сфере культуры.

Тема 2. Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.

Менеджмент: основные понятия. Функции менеджмента. Цели менеджмента. Характеристики современного менеджмента. Маркетинг и инновация (общие понятия). Технологии управления (проблемная ситуация - мотивация выбора технологии).

Виды менеджмента. Инновационный менеджмент, понятие инновации. Комплексный анализ деятельности как основа инновационных разработок. Управление инновациями. Стратегический менеджмент. Понятие стратегии управления. Конкурентноспособность организации. Понятие планирования. Программный метод управления. Бизнес-план. Контроль и контроллинг. Финансовый менеджмент. Технология фандрейзинга, ее организационное, информационное и техническое обеспечение. Планирование фандрейзинговых компаний. Анализ эффективности. Информационный менеджмент.

Тема 3. Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.

Понятие и сущность маркетинга. Основные элементы комплекса маркетинга. Маркетинг и культура. Жизненный цикл товара. Принципы сегментирования рынка. Виды маркетинга по возможности охвата рынка. Методы продвижения этнокультурных услуг на потребительском рынке. План маркетинга. Понятие ценообразования и ценовой политики. Виды цен. Специфика маркетинга в организациях культурной сферы. Коммерческий и некоммерческий маркетинг. Социальный маркетинг.

Тема 4. Реклама и технологии PR

Понятие рекламы как системы мероприятий. Виды рекламы по целям, источникам финансирования. Реклама как средство мотивации аудитории.

Рекламные средства, носители и факторы рекламы. Принципы привилегий и льгот. Принципы и правила проведения рекламной кампании (план мероприятий, адресность, дизайн, ритмы, фактическая основа, языковой стиль). Опыт рекламной деятельности в российской сфере культуры.

Значение и содержание public relations (PR). История становления PR как функции менеджмента. Этнокультурные коммуникации и технологии PR (основные партнеры потребители услуг). Реклама и паблисити и их значение. Виды представления информации (бэкграундер, пресс-релиз, медиа-кит, факт-лист и проч.). Использование ресурсов Интернет в PR. Планирование и проведение PR- кампаний.

Тема 5. Управление персоналом

Понятие «персонал». Современные условия кадровой политики в России. Документально-нормативная база. Формирование «команды». Социально-психологические аспекты менеджмента. Системы стимулирования и мотивации труда. Принципы работы кадровой службы, требования к расстановке кадров. Оценка эффективности работы и аттестация.

Управление сопротивлением. Лидерство и стили руководства. Управленческие решения. Понятие корпоративной культуры, имиджа. Методы поддержания корпоративной культуры.

Тема 6. Менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве.

Типы и условия реализации.

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Обоснуйте следующее высказывание: «Профессиональный менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве является фундаментом эффективной этнокультурной и этнохудожественной деятельности».
2. Дайте собственное определение понятию «менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве».
3. Укажите специфические особенности управления этнохудожественными процессами.

4. Обоснуйте пути развития народной художественной культуры в русле решения управленческих проблем.
5. Выявите особенности подготовки менеджеров в сфере народной художественной культуры.
6. Назовите основные требования к менеджеру в сфере народной художественной культуры.

Тема 7. Методология менеджмента в сфере народной художественной культуры

Закономерности и общие принципы менеджмента. Общие принципы менеджмента в преломлении к сфере народной художественной культуры.

Формирование целей или целеполагание. Общие и специфические цели. Краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные цели.

Миссия организации. Стратегия и тактика организации. Прогнозирование как основа определения цели и стратегии ее достижения организацией.

Задачи менеджмента. Типологизация задач по характеру их влияния на деятельность организации.

Определение функции менеджмента. Общие, специальные и вспомогательные функции, их характеристики.

Методы менеджмента. Общенаучные и специфические (частные) методы. Классификация методов современного менеджмента. Особенности выбора методов управления в учреждениях этнокультурного профиля.

Тема 8. Организационная структура управления коллективом народного художественного творчества

Вопросы к семинарскому занятию:

1. В чем заключаются организационно-управленческие основы работы коллектива народного художественного творчества?
2. В чем состоит специфика руководства групповыми формами художественно-творческой деятельности коллектива?
3. Укажите основные принципы планирования и учета работы коллектива народного художественного творчества.
4. Назовите виды и обоснуйте примерную структуру плана работ коллектива народного художественного творчества.

Тема 9. Современные информационные технологии и менеджмент в сфере народной художественной культуры

Подготовьте сообщения по следующей тематике:

1. Информационное обеспечение принимаемых решений и контроля их реализации, анализа итогов деятельности как важнейшее условие эффективности современного менеджмента.
2. Мониторинг состояния дел учреждений этнокультурного профиля как первичное (фактологическое) информационное обеспечение.
3. Анализ состояния конкретных рынков услуг, тенденций их развития, экспертиз и оценок, рекомендаций как вторичное (аналитическое) информационное обеспечение.
4. Проблемы создания системы информационного обеспечения в сфере народной художественной культуры.
5. Задачи и функции системы информационного обеспечения в управлении сферой народной художественной культуры.
6. Создании информационно-аналитических, информационно-маркетинговых, рекламных, информационно-издательских и подобных служб (центров, агентств) с целью информационного обеспечения этнокультурных программ и проектов, помощи в их продвижении.

Тема 10. Особенности менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Выявите специфику менеджмента в сфере народной художественной культуры, связанную с особенностями «духовного производства».
2. Назовите особенности «продуктов» деятельности в сфере народной художественной культуры.
3. Охарактеризуйте основные виды маркетинга в сфере народной художественной культуры.
4. Обоснуйте факт превалирования некоммерческого маркетинга.

Тема 11. Культура менеджмента и система управления персоналом в сфере народной художественной культуры

Современные концепции и подходы к управлению персоналом в сфере культуры. Наиболее эффективные методы управления в сфере народной художественной культуры с учетом законов рынка. Новые требования к персоналу в связи с внедрением рыночных отношений. Специфика формирования механизма мотивации работников этнокультурной сферы к повышению эффективности труда. Важность учета не только экономической, но и социальной эффективности управления персоналом в этнокультурной сфере.

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Назовите составляющие стратегии управления персоналом.
2. Что такое менеджмент персонала?
3. Что включает в себя система управления персоналом?
4. Какие методы наиболее эффективны для обучения персонала поведенческим навыкам (ведение переговоров, проведение заседаний, работа в группе)?
5. С чем связано возрастание роли стратегического подхода к управлению персоналом в настоящее время?
6. Какой метод в области совершенствования управления персоналом получил наибольшее распространение?

Тема 12. Учёт, отчётность и контроль в сфере народной художественной культуры и народного искусства

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Назовите особенности учета деятельности учреждения культуры.
2. Какова роль и значение учета и отчетности?
3. Назовите виды учета и отчетности и требования к их организации.
4. В чем состоит специфика текущего учета?
5. В чем состоит специфика статистического учета и отчетности?
6. В чем состоит специфика творческого отчета?

Тема 13. Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR.

Ресурсы PR-технологий и их использование в сфере народного художественного творчества. Возможности использования PR и рекламы в продвижении народного художественного творчества. Основные этапы разработки PR-проектов. Технология проектирования PR и рекламной кампании учреждения культурно-досуговой сферы. Этапы осуществления PR и рекламной кампании.

Вопросы к семинарскому занятию:

1. Какие коммуникационные задачи можно решить с помощью выставок народного творчества?

2. Ярмарка как способ организации рекламной кампании.
3. Правила проведения презентации.
4. Имиджевые приемы организации семинара и конференции.
5. Экскурсия как вид коммуникации в сфере народного художественного творчества.

Тема 14. Источники финансирования деятельности в сфере культуры

Три основных типа экономики культуры в зависимости от механизма ее финансирования: романский тип, германский тип, англо-американский тип. Механизмы финансирования: централизованные (государственные структуры) 2) местные (местное самоуправления и самоорганизация сферы культуры и искусства) 3) спонсорство и благотворительность 4) доход от собственной предпринимательской деятельности.

Технология фандрейзинга — привлечения и аккумуляции средств из различных источников.

Вопросы к семинарскому занятию:

1. В чем заключаются отличия фандрейзинга от поиска инвесторов?
2. Докажите или опровергните утверждение: «Фандрейзинг — технология, свойственная как сфере культуры, так и социально-культурной сфере в целом».
3. Докажите утверждение: «Организации культуры отличаются высокой диверсификацией источников финансирования».
4. В чем рациональность практики ряда стран, где часть бюджетных средств идет на «непосредственное финансирование потребителя» в социально-культурной сфере.
5. Приведите примеры федеральных, региональных или местных культурных программ, финансируемых из соответствующих фондов развития культуры и искусства.

Промежуточная аттестация - экзамен (по билетам).

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Применяемые образовательные технологии:

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на занятиях лекционного и семинарского типа), и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и занятиям семинарского типа) работу обучающегося.

Форма подачи материала на лекции – традиционная (репродуктивное обучение).

Форма подачи материала на семинарском занятии – традиционная (подготовка сообщений на заданные темы обучения), активные – представление эссе, презентаций, выполнение творческих заданий.

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. В ходе освоения курса предполагается написание 1 реферата, 2 докладов, 1 проекта по тематическим разделам курса.

В качестве основной формы организации учебного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере НХК» в предлагаемой методике обучения выступает использование интерактивных технологий обучения.

На теоретических занятиях (занятиях лекционного типа) излагаются основные темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельного изучения и проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной работы студентов.

Изложение лекционного материала в большинстве случаев проходит с использованием мультимедийных форм (демонстрация презентаций и видео записей). Теоретический материал отличается практической направленностью.

Занятия семинарского типа по дисциплине Занятия семинарского типа способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию,

формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

На занятиях семинарского типа по дисциплине используются следующие интерактивные формы:

- семинары-дискуссии, семинары обсуждения;
- презентации докладов и статей.

Целью самостоятельной работы студентов является формирование устойчивых навыков работы с научным текстом, формирование навыков работы с периодической, научной литературой, информационными ресурсами Интернет.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере НХК» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе занятий лекционного и семинарского типов;
- формирование навыков работы с периодической, научной литературой, информационными ресурсами Интернет.

В процессе выполнения самостоятельной работы студент овладевает умениями и навыками написания планов, грантовых проектов, заявок и т.д., научных работ по предмету; анализом различных документов, научных статей, различных подходов и точек зрения.

Формы самостоятельной работы:

- Подготовка к практическому занятию.
- Подготовка к презентации,
- Подготовка к проведению семинара-обсуждения,
- Подготовка к обсуждению презентаций студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента.

№ п/п	Темы Дисциплины	Форма самостоятельной работы	Трудоемкость в часах
1.	Введение. Предмет и задачи курса.	Работа с учебно-методической и научной литературой. Определить место менеджмента в сфере народной художественной культуры в системе управленческих наук.	4
2.	Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.	Разработать схему «Виды менеджмент». Дать определение каждому виду.	4
3.	Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.	Разработать таблице «Коммерческий и некоммерческий маркетинг в сфере культур» Проиллюстрировать каждый вид конкретными примерами.	4
4.	Реклама и технологии ПР.	Составить план ПР-кампании этнокультурного мероприятия (на выбор)	4
5.	Управление персоналом	Создайте таблицу стилей руководства.	4
6.	Менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве. Типы и условия реализации.	Сформулируйте требования к менеджеру в сфере народной художественной культуры.	4
7.	Методология менеджмента в сфере народной художественной культуры	Перечислите необходимые методы управления в учреждениях этнокультурного профиля. Обоснуйте свой выбор.	4
8.	Организационная структура управления коллективом народного художественного творчества	Выстройте организационная структура управления коллективом народного художественного творчества на примере конкретного коллектива по вашему выбору	4
9.	Современные информационные технологии и менеджмент в сфере народной художественной культуры	Составьте план работы информационно-аналитических, информационно-маркетинговых, рекламных, информационно-издательских и подобных служб (на выбор) по информационному обеспечению этнокультурных программ и проектов, помощи в их продвижении.	4
10.	Особенности менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры	Перечислите особенности менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры	4
11.	Культура менеджмента и система управления персоналом в сфере народной художественной культуры	Составить мини-энциклопедию приемов управления персоналом этнокультурного профиля	8

12.	Учёт, отчётность и контроль в сфере народной художественной культуры и народного искусства	Составить справочник электронных документов, регламентирующих учёт, отчётность и контроль эффективности труда менеджеров и специалистов в сфере народной художественной культуры и народного искусства	8
13.	Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR.	Разработайте план рекламной кампании мероприятия этнокультурной направленности (на выбор)	8
14.	Источники финансирования деятельности в сфере культуры	Разработайте план финансово-хозяйственной деятельности учреждения культуры.	8

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Формы проведения текущего контроля – доклад, проект, опрос, тест, реферат.

Форма проведения промежуточной аттестации – экзамен.

Текущий контроль выполнения заданий осуществляется регулярно, начиная со второй недели семестра. Контроль и оценивание выполнения проекта осуществляется на 13 неделе семестра. Текущий контроль освоения отдельных разделов дисциплины осуществляется при помощи докладов в завершении изучения каждого раздела. Система текущего контроля успеваемости служит в дальнейшем наиболее качественному и объективному оцениванию в ходе промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

6.2. Темы контрольных работ

Раздел	Тема контрольной работы
Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.	Менеджмент в сфере культуры. Эффективность управления в области культуры. Современные технологии менеджмента в сфере народной художественной культуры.
Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.	Современные технологии маркетинга в сфере народной художественной культуры. Отличительные особенности маркетинга в сфере народной художественной культуры.
Реклама и технологии ПР.	Выставка изделий декоративно-прикладного творчества как бренд: эффективные приемы и принципы продвижения. Реклама, PR и взаимодействие со СМИ как средство привлечения дополнительного внимания и средств в сфере народной художественной культуры. PR-технологии в сфере народной художественной культуры.

	Работа со СМИ в сфере народной художественной культуры .
Управление персоналом	Персонал как объект управления Маркетинг персонала. Управление профессиональным ростом руководителей и специалистов. Управление трудовой мотивацией. Управление развитием персонала. Управление социальным развитием
Организационная структура управления деятельностью коллективом народного художественного творчества	Особенности организации различных мероприятий (концертов, фестивалей, выставок, ярмарок, конкурсов, лотерей) в сфере народной художественной культуры.(по выбору студента). Организация деятельности этнокультурных центров.
Учёт, отчётность и контроль в сфере народной художественной культуры и народного искусства	Государственное (муниципальное) задание для учреждений культуры: расчет стоимости услуг.
Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR.	Маркетинговые коммуникации в сфере народной художественной культуры (PR, FR технологии). Связь с общественностью: концепция и технологии. Брендинг в сфере народной художественной культуры.
Источники финансирования деятельности в сфере культуры	Дополнительное финансирование: организация платных услуг, спонсорство, гранты. Разработка и оптимизация плана финансово-хозяйственной деятельности учреждения культуры. Фандрейзинг в сфере культуры. Технология спонсоринга в сфере культуры.

Проектная деятельность (проект) ПК-9, ПК-11

Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе обучения.

Цель: решение практических задач и проблем, умение ориентироваться в информационном пространстве и достичь сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Включает подготовку проекта по следующей тематике (на выбор студента):

- Проект учреждения социально-культурного профиля.
- Проект социально-культурного мероприятия.
- Написание грантового проекта.

6.3. Тестовые задания см в ФОС.

6.4. Система оценивания

Форма контроля	Оценка
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на семинаре Проект	зачтено/не зачтено зачтено/не зачтено Зачтено/не зачтено
Промежуточная аттестация (реферат) (экзамен)	Зачтено/не зачтено отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно

6.5. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по Дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>

Оценка по Дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«удовлетворительно»/ «зачтено» («удовлетворительно»)/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

6.6. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Форма контроля	Компетенция	Оценка
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на семинаре - контр/работа (темы 1-3) - контр/работа (темы 4-5) - контр/работа (темы 6-8)	ПК-10 ПК-11 ПК-9 ПК-11 ПК-10, ПК-11	зачтено/не зачтено зачтено/не зачтено зачтено/не зачтено зачтено/не зачтено зачтено/не зачтено
Проект	ПК-11	зачтено/не зачтено
Реферат	ПК-10	зачтено/не зачтено

Промежуточная аттестация (экзамен)	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Отлично Хорошо Удовлетворительно Неудовлетворительно
------------------------------------	------------------------	---

Темы для дискуссии:

- Докажите или опровергните утверждение: «Фандрейзинг — технология, свойственная как сфере культуры, так и социально-культурной сфере в целом».
- Докажите утверждение: «Организации культуры отличаются высокой диверсификацией источников финансирования».
- В чем рациональность практики ряда стран, где часть бюджетных средств идет на «непосредственное финансирование потребителя» в социально-культурной сфере.

Вопросы для семинарских занятий:

Семинар 1. Вопросы:

- Обоснуйте следующее высказывание: «Профессиональный менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве является фундаментом эффективной этнокультурной и этнохудожественной деятельности».
- Дайте собственное определение понятию «менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве».
- Укажите специфические особенности управления этнохудожественными процессами.
- Обоснуйте пути развития народной художественной культуры в русле решения управленческих проблем.
- Выявите особенности подготовки менеджеров в сфере народной художественной культуры.
- Назовите основные требования к менеджеру в сфере народной художественной культуры.

Семинар 2. Вопросы:

- В чем заключаются организационно-управленческие основы работы коллектива народного художественного творчества?
- В чем состоит специфика руководства групповыми формами художественно-творческой деятельности коллектива?
- Укажите основные принципы планирования и учета работы коллектива народного художественного творчества.
- Назовите виды и обоснуйте примерную структуру плана работ коллектива народного художественного творчества.

Семинар 3. Подготовьте сообщения по следующей тематике:

- Информационное обеспечение принимаемых решений и контроля их реализации, анализа итогов деятельности как важнейшее условие эффективности современного менеджмента.
- Мониторинг состояния дел учреждений этнокультурного профиля как первичное (фактологическое) информационное обеспечение.
- Анализ состояния конкретных рынков услуг, тенденций их развития, экспертиз и оценок, рекомендаций как вторичное (аналитическое) информационное обеспечение.
- Проблемы создания системы информационного обеспечения в сфере народной художественной культуры.
- Задачи и функции системы информационного обеспечения в управлении сферой народной художественной культуры.

- Создании информационно-аналитических, информационно-маркетинговых, рекламных, информационно-издательских и подобных служб (центров, агентств) с целью информационного обеспечения этнокультурных программ и проектов, помощи в их продвижении.

Семинар 4. Вопросы:

- Выявите специфику менеджмента в сфере народной художественной культуры, связанную с особенностями «духовного производства».
- Назовите особенности «продуктов» деятельности в сфере народной художественной культуры.
- Охарактеризуйте основные виды маркетинга в сфере народной художественной культуры.
- Обоснуйте факт превалирования некоммерческого маркетинга.

Семинар 5. Вопросы:

- Назовите составляющие стратегии управления персоналом.
- Что такое менеджмент персонала?
- Что включает в себя система управления персоналом?
- Какие методы наиболее эффективны для обучения персонала поведенческим навыкам (ведение переговоров, проведение заседаний, работа в группе)?
- С чем связано возрастание роли стратегического подхода к управлению персоналом в настоящее время?
- Какой метод в области совершенствования управления персоналом получил наибольшее распространение?

Семинар 6. Вопросы:

- Назовите особенности учета деятельности учреждения культуры.
- Какова роль и значение учета и отчетности?
- Назовите виды учета и отчетности и требования к их организации.
- В чем состоит специфика текущего учета?
- В чем состоит специфика статистического учета и отчетности?
- В чем состоит специфика творческого отчета?

Семинар 7. Вопросы:

- Какие коммуникационные задачи можно решить с помощью выставок народного творчества?
- Ярмарка как способ организации рекламной кампании.
- Правила проведения презентации.
- Имиджевые приемы организации семинара и конференции.
- Экскурсия как вид коммуникации в сфере народного художественного творчества.

Семинар 8. Вопросы:

- В чем заключаются отличия фандрейзинга от поиска инвесторов?
- Докажите или опровергните утверждение: «Фандрейтинг — технология, свойственная как сфере культуры, так и социально-культурной сфере в целом».
- Докажите утверждение: «Организации культуры отличаются высокой диверсификацией источников финансирования».
- В чем рациональность практики ряда стран, где часть бюджетных средств идет на «непосредственное финансирование потребителя» в социально-культурной сфере.
- Приведите примеры федеральных, региональных или местных культурных программ, финансируемых из соответствующих фондов развития культуры и искусства.

Рефераты. Система заданий рефератов должна:

- выявлять знания студентов по определенной теме (разделу);
- выявлять понимание сущности изучаемых предметов и явлений, их закономерностей;
- выявлять умение самостоятельно делать выводы и обобщения; творчески использовать знания и навыки.
- Примечание: требования к реферату по тематическому содержанию соответствуют устному ответу.

Темы рефератов:

01. Основные характерные особенности современного этапа развития менеджмента.
02. Основные свойства культурных услуг.
03. Влияние сферы культуры на общество и на экономику региона.
04. Основное предназначение менеджера культуры.
05. Основные особенности менеджмента в сфере культуры.
06. Типы некоммерческих организаций и их отличия от коммерческих.
07. Основные признаки и свойства организации сферы культуры
08. Связь между организацией и внешней средой.
09. Основные функции менеджмента, действующие в учреждениях культуры.
10. Назовите и кратко охарактеризуйте механизмы менеджмента в сфере культуры.
11. Целеполагание: принципы осуществления в организации.
12. Основные особенности менеджмента некоммерческой организации.
13. Основные закономерности, принципы и методы менеджмента.
14. Основные виды деятельности учреждений культуры.
15. Основные принципы государственной культурной политики в России.
16. Основные полномочия Министерства культуры РФ и Департамента культуры одного из российских регионов.
17. Основные функции Общественных советов по культуре.
18. Нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность в сфере культуры.
19. Культурная политика: современный аспект.
20. Основные аспекты для формирования новой модели государственного управления сферой культуры.
21. Основная структура государственных органов, управляющих сферой культуры.
22. Ключевые аспекты оптимизации культурной политики.
23. Какие проблемы существуют в области нормативно-правового обеспечения культурной деятельности.

Проектная деятельность

Цель: решение практических задач и проблем, умение ориентироваться в информационном пространстве и достичь сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Включает подготовку проекта по следующей тематике (на выбор студента):

Проект учреждения социально-культурного профиля.

Проект социально-культурного мероприятия.

Контрольные вопросы

1. Раскройте содержание термина «менеджмент» и термина «культура».
2. Назовите основные характерные особенности современного этапа развития менеджмента.
3. Охарактеризуйте основные свойства культурных услуг.
4. Какое влияние может оказывать сфера культуры на общество и на экономику региона?

5. В чем состоит основное предназначение менеджера культуры?
6. Каковы основные особенности менеджмента в сфере культуры?
7. Назовите этапы развития менеджмента.
8. Как соотносятся понятия «культура» и «управление»?
9. Назовите типы некоммерческих организаций и их отличия от коммерческих.
10. Каковы основные признаки и свойства организации?
11. Как раскрывается связь между организацией и внешней средой?
12. Какие функции менеджмента могут действовать в учреждениях культуры?
13. Назовите и кратко охарактеризуйте механизмы менеджмента в сфере культуры. Что такое целеполагание и как оно осуществляется в организации?
14. В чем состоят особенности менеджмента некоммерческой организации?
15. Опишите основные закономерности, принципы и методы менеджмента.
16. Какие основные виды деятельности осуществляют учреждения культуры?
17. Назовите основные принципы государственной культурной политики в России.
18. Каковы основные полномочия Министерства культуры РФ и Департамента культуры одного из российских регионов?
19. Каковы функции Общественных советов по культуре?
20. Какие нормативно-правовые акты регулируют деятельность в сфере культуры?
21. Назовите и кратко охарактеризуйте модели культурной политики.
22. Что такое культурная политика?
23. В чем состоят основные аспекты для формирования новой модели государственного управления сферой культуры?
24. Опишите основную структуру государственных органов, управляющих сферой культуры.
25. В чем состоят ключевые аспекты оптимизации культурной политики?
26. Какие проблемы существуют в области нормативно-правового обеспечения культурной деятельности?
27. В чем состоят преимущества использования проектирования в сфере культуры?
28. Каковы основные этапы проекта?
29. Что такое миссия?
30. Какие общие задачи стоят перед реализацией федеральных и региональных программ в сфере культуры? В чем их отличия?
31. Что такое стратегия и тактика в работе учреждения культуры?
32. Назовите и кратко охарактеризуйте основные виды планов.
33. В чем заключается необходимость стратегического планирования?
34. Почему планирование является важной функцией менеджмента в сфере культуры?
35. Сформулируйте миссию одного из учреждений культуры вашего региона. 10. В чем состоят сходства и отличия между программой и проектом?

Экзамен проводится в устной форме и представляет ответ на два вопроса.

Вопросы к экзамену:

1. Роль менеджмента и маркетинга в управлении, планировании, развитии учреждений культуры. Особенности менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры.
2. Трактовки понятия «Менеджмент» в научной литературе. Функции менеджмента. Цели менеджмента в сфере народной художественной культуры.
3. Характеристики современного менеджмента. Маркетинг и инновация. Технологии управления в сфере народной художественной культуры.
4. Инновационный менеджмент, понятие инновации. Комплексный анализ деятельности как основа инновационных разработок. Управление инновациями.

5. Стратегический менеджмент. Понятие стратегии управления в сфере народной художественной культуры.
6. Понятие планирования. Программный метод управления. Бизнес-план.
7. Финансовый менеджмент.
8. Технология фандрейзинга, ее организационное, информационное и техническое обеспечение. Планирование фандрейзинговых компаний.
9. Информационный менеджмент в сфере народной художественной культуры.
10. Понятие и сущность маркетинга. Маркетинг и культура. Маркетинг в сфере народной художественной культуры
11. Принципы сегментирования рынка. Виды маркетинга по возможности охвата рынка.
12. Методы продвижения этнокультурных услуг на потребительском рынке.
13. Понятие ценообразования и ценовой политики. Виды цен.
14. Коммерческий и некоммерческий маркетинг. Социальный маркетинг.
15. Понятие рекламы. Виды рекламы по целям, источникам финансирования. Функции рекламы.
16. Рекламные средства, носители и факторы рекламы.
17. Принципы и правила проведения рекламной кампании (план мероприятий, адресность, дизайн, ритмы, фактическая основа, языковой стиль).
18. Опыт рекламной деятельности в российской сфере культуры.
19. Планирование и проведение PR- кампании.
20. Социально-психологические аспекты менеджмента.
21. Системы стимулирования и мотивации труда.
22. Принципы работы кадровой службы, требования к расстановке кадров. Оценка эффективности работы и аттестация.
23. Управление сопротивлением.
24. Лидерство и стили руководства. Управленческие решения.
25. Понятие корпоративной культуры, имиджа. Методы поддержания корпоративной культуры.
26. Особенности менеджмента в народной художественной культуре и народном искусстве.
27. Пути развития народной художественной культуры в русле решения управленческих проблем.
28. Подготовка менеджеров в сфере народной художественной культуры. Условия работы и основные требования к менеджеру в сфере народной художественной культуры.
29. Общие принципы менеджмента в преломлении к сфере народной художественной культуры.
30. Формирование целей или целеполагание. Общие и специфические цели. Краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные цели.
31. Миссия организации. Стратегия и тактика организации. Прогнозирование как основа определения цели и стратегии ее достижения организацией.
32. Задачи менеджмента. Типологизация задач по характеру их влияния на деятельность организации.
33. Определение функции менеджмента. Общие, специальные и вспомогательные функции, их характеристики.
34. Методы менеджмента. Особенности выбора методов управления в учреждениях этнокультурного профиля.
35. Организационно-управленческие основы работы коллектива народного художественного творчества.
36. Планирование и учет работы коллектива народного художественного творчества. Примерная структура плана работ коллектива народного художественного творчества.

37. Система информационного обеспечения в сфере народной художественной культуры. Задачи и функции системы информационного обеспечения в управлении сферой народной художественной культуры.
38. Деятельность информационно-аналитических, информационно-маркетинговых, рекламных, информационно-издательских и подобных служб по информационному обеспечению и продвижению этнокультурных программ и проектов.
39. Специфика менеджмента в сфере народной художественной культуры Особенности «продуктов» деятельности.
40. Характеристика основных видов маркетинга в сфере народной художественной культуры: коммерческий, социальный, некоммерческий (нонпрофитный).
41. Современные концепции и подходы к управлению персоналом в сфере культуры. Наиболее эффективные методы управления в сфере народной художественной культуры с учетом законов рынка. Новые требования к персоналу в связи с внедрением рыночных отношений. Специфика формирования механизма мотивации работников этнокультурной сферы к повышению эффективности труда. Важность учета не только экономической, но и социальной эффективности управления персоналом в этнокультурной сфере.
42. Учет деятельности учреждения культуры. Роль и значение учета и отчетности. Виды учета и отчетности. Требования к их организации. Текущий учет. Статистический учет и отчетность. Творческий отчет.
43. Ресурсы PR-технологий и их использование в сфере народного художественного творчества.
44. Основные этапы разработки PR-проектов. Технология проектирования PR и рекламной кампании учреждения культурно-досуговой сферы.
45. Типы экономики культуры в зависимости от механизма ее финансирования.
46. Механизмы финансирования.
47. Технология фандрейзинга.

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Список литературы и источников

1. **Основная: Чарная, И. В.** Введение в экономику культуры : учеб. пособие / И. В. Чарная ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2006. - 126 с. - Прил.: с.120-126. - Библиогр.: с.117-119. - ISBN 5-94778-141-7 : 46-20-.
2. **Суслова, И. М.** Формирование маркетинговых коммуникаций в учреждениях культуры : учеб. пособие / И. М. Суслова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2006. - 79 с. - Библиогр.: с. 79. - 25-.
3. **Тульчинский, Г. Л.** Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова ; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. - Изд. 3-е ; стереотип. - СПб.; М.; Краснодар : Планета музыки: Лань, 2007. - 527 с. : схем.,табл. - Библиогр.: с.524-525. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : 250-03-.
4. **Чарная, И. В.** Введение в экономику культуры : учеб. пособие / И. В. Чарная ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - [Изд. 2-е, перераб. и доп.]. - М. : МГУКИ, 2010. - 185 с. - Прил.: с. 131-195. - Библиогр.: с. 127-130. - ISBN 978-5-94778-220-2 : 64-50 ; 80-.
5. **Ковригина, В. М.** Экономика и менеджмент : учебник / В. М. Ковригина ; Федер. агентство по образованию; Высш. шк. нар. искусств (ин-т); под науч. ред. В. Ф. Максимович. - М. : Высшая школа народного искусства, 2010. - 357 с. : табл. - Прил.: с. 346-352. - Библиогр.: с. 353-357. - 658-35.
6. **Чарная, И. В.** Экономика культуры [Текст] : учеб.-метод. пособие для самостоят. работы студентов заоч. отд-ния по направлению подгот. 080100 "Экономика" : профиль "Экономика предприятий и организаций" : квалификация выпускника - бакалавр экономики / И. В. Чарная ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2014. - 85 с. - Прил.: с. 49-85. - Библиогр. : с. 43-48. - 60-.
7. **Чарная, И. В.** Экономика культуры [Текст] : учеб. пособие / И. В. Чарная ; Моск. гос. ин-т культуры. - М. : МГИК, 2015. - 211 с. - Библиогр.: с. 209-211. - 534-.
8. **Чарная, И. В.** Экономика культуры. Приложения к учебному пособию [Текст] / И. В. Чарная ; Моск. гос. ин-т культуры. - М. : МГИК, 2015. - 70 с. - 181-.
9. **Тульчинский, Г. Л.** Маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Григорий Львович, Екатерина Леонидовна ; Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова; Санкт-Петербургский филиал Гос. ун-та - Высшая школа экономики. - Москва : Планета музыки, 2009. - 496 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - ISBN 978-5-8114-0955-6 : 474.10 р.
10. **Тульчинский, Григорий Львович.** Менеджмент в сфере культуры [Текст] [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Тульчинский Григорий Львович, Шекова Екатерина Леонидовна ; Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - Москва : Планета музыки, 2013. - 544 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Рекомендовано Министерством общего и профессионального образования Российской Федерации в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Культурология». - Библиогр. : с. 536-539. - Рек. М-вом образования РФ. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : 406.01.
11. **Шекова, Е. Л.** Управление учреждениями культуры в современных условиях [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / Е. Л. Шекова ; Шекова Е.Л. - Москва : ""Лань"", ""Планета музыки""", 2014. - ISBN 978-5-8114-1426-0.

2. Рекомендуемая литература (дополнительная):

1. **Новаторов, В. Е.** Маркетинг в социально-культурной сфере / В. Е. Новаторов. - Омск : Омич, 2000. - 288 с. - ISBN 7196-1113-4 : 70-.
2. **Токарев, Б. Е.** Методы сбора и использования маркетинговой информации : учеб. пособие / Б. Е. Токарев ; АНХ при правительстве РФ. - М. : Юрист, 2001. - 254 с. - (Practica). - ISBN 5-7975-0372-7 : 38-68-.
3. **Новаторов, В. Е.** Маркетинговые исследования в сфере культуры / В. Е. Новаторов. - [Омск], 2005. - 255 с. - ISBN 7196-1113-4 : 237-.
4. **Тульчинский, Г. Л.** Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова ; С.-петерб. гос. ун-т культуры и искусств. - 2-е изд. ; испр. и доп. - СПб. : Лань, 2003. - 527 с. - Библиогр.: с. 504-509. - ISBN 5-8114-0517-0 : 215-.
5. **Луховская, О. К.** Стратегический маркетинг: теория и региональная практика в социально-культурной сфере и туризме : учеб.-метод. пособие / О. К. Луховская ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: МГУКИ, 2006. - 188с. - Библиогр.: с.187-188. - ISBN 5-94778-151-4: 60-.

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Доступ в ЭБС:

- ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа www.e.lanbook.com Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа www.biblio-online.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ООО НЭБ Режим доступа www.eLIBRARY.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к практическому занятию, подготовка к дискуссии, презентации, подготовка доклада, конспектирование изучаемой литературы, аналитический обзор новой литературы по изучаемой теме, написание эссе а так же аудирование – прослушивание аудиозаписей инструментальных наигрышей.

Для более углубленного изучения материала задание для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий для самостоятельной работы, по возможности, следует ориентироваться на наглядное представление материала

8.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ (курсовых, контрольных, рефератов, конспектов и т.п.)

Правила написания научных текстов

(рефератов, эссе, докладов и др. работ):

- Важно разобраться сначала, какова истинная цель научного текста - это поможет студенту разумно распределить свои силы и время.
- Важно разобраться, кто будет «читателем» Вашей работы.

- Писать серьезные работы следует тогда, когда есть о чем писать и когда есть настроение поделиться своими рассуждениями.

- Как создать у себя подходящее творческое настроение для работы над научным текстом (как найти «вдохновение»)?

Во-первых, должна быть идея, а для этого нужно научиться либо относиться к разным явлениям и фактам несколько критически (своя идея – как иная точка зрения), либо научиться увлекаться какими-то известными идеями, которые нуждаются в доработке (идея – как оптимистическая позиция и направленность на дальнейшее совершенствование уже известного).

Во-вторых, важно уметь отвлекаться от окружающей суеты (многие талантливые люди просто «пропадают» в этой суете), для чего важно уметь выделять важнейшие приоритеты в своей учебно-исследовательской деятельности.

В-третьих, научиться организовывать свое время, ведь, как известно, свободное (от всяких глупостей) время – важнейшее условие настоящего творчества, для него наконец-то появляется время. Иногда именно на организацию такого времени уходит немалая часть сил и талантов.

Писать следует ясно и понятно, основные положения формулировать четко и недвусмысленно (чтобы и самому понятно было), а также стремясь структурировать свой текст. Каждый раз надо представлять, что ваш текст будет кто-то читать и ему захочется сориентироваться в нем, быстро находить ответы на интересующие вопросы (заодно представьте себя на месте такого человека).

Объем текста и различные оформительские требования во многом зависят от принятых в учебном заведении порядков

РЕФЕРАТ

Реферат – слово латинское, по-русски дословно переводится как написание сообщения или публичного доклада. Чаще всего это слово употребляется для определения последовательного, убедительного и краткого изложения или написания сущности какого-либо вопроса или темы научно-практического характера.

Изложение или описание сущности научной работы, выполненной самим автором, называется авторефератом. Например, автореферат диссертации на соискание научной степени кандидата или доктора наук. Автореферат – это последовательное и краткое изложение работы самого автора.

Написание реферата подразделяется на два периода:

1. период подготовки реферата.
2. период работа над текстом и оформлением реферата

Период подготовки реферата, складывается из следующих этапов:

1.1. Этап – предварительная подготовка. Она выражается в уточнении названия реферата. Название должно быть кратким и выразительным.

1.2. Этап – библиографическая работа. Сюда же входит работа со справочным изданиями, библиографическими указателями и справочниками, энциклопедиями и различного рода обзорами, просмотр газет, журналов и других работ.

1.3. Этап – первичная работа с книгами, журналами, газетными статьями и прочим информационным материалом.

Первичная работа заключается в просмотре названий, оглавлений, вводных разделов, заключений и выводов работ, а также в просмотре таблиц, схем и рисунков. Сюда же входит регистрация и отбор литературы, необходимой для написания реферата. Существует карточный и тетрадный способы регистрации и отбора литературы для написания реферата. Лучше карточный – карточки при необходимости можно систематизировать, что и делается почти всеми при написании реферата.

1.4. Этап – сплошное и выборочное чтение, а также изучение литературы и ее обработка, т.е. записывание.

Для составления реферата применяется три вида записей: 1 – конспект, 2 – аннотация, 3 – цитата.

Конспект – это краткое или подробное переработанное автором письменное изложение какой-либо работы: сочинения, лекции, доклада, или одного первоисточника. Очень важно выделять в конспекте общие положения, заголовки, теоремы и формулы. Текст такой копии и называется конспектом, а процесс его написания – конспектированием.

Следует отметить, что написание объемного и подробного конспекта требует от автора способности к творческой деятельности. В подробном конспекте автору приходится делать соответствующие пояснения, приводить примеры, составлять план и коротко отвечать на вопросы плана, т.е. записывать тезисы (см. ниже).

Аннотация – это краткое изложение основной сути, содержания какой-либо статьи, сочинения, работы с обязательной характеристикой их направленности, ценности, назначения. Обычно в аннотации пишется краткое заключение и выводы работы. Аннотация пишется на обратной стороне карточки, на которой эта работа зарегистрирована. Аннотация является основным и обязательным видом записи при изучении литературы.

Цитата – это дословная выдержка из текста, изречение автора, которое приводится для подтверждения некоторых фактов и соображений. Под цитатой обязательно указывается фамилия автора.

1.5. Этап – заключительная работа периода подготовки. Он сводится главным образом к составлению плана написания реферата в соответствии с подобранным и изученным материалом. Только после составления плана и накопления достаточного количества данных приступают к написанию и оформлению реферата.

2 период – написание и оформление реферата.

Он в свою очередь подразделяется на следующие этапы:

2.1 Написание и оформление титульного листа, на котором обязательно пишется тема реферата, а также название института (организации), год издания, фамилия автора и руководителя и другие данные.

2.2 Введение в этой части пишется значимость темы, цели и задачи реферата.

2.3 Литературный обзор является специальной частью реферата, в которой приводятся все собранные автором литературные данные, показывается степень изученности затронутой темы, излагаются предварительные ответы на вопросы и задачи, поставленные в первой части или введении реферата.

2.4. Собственные исследования включают все данные, полученные в результате опытов. Собственные исследования излагаются с применением схем, таблиц, графиков, рисунков, фотографий.

2.5. Анализ литературных и экспериментальных данных приводится путем сопоставления положений и фактов, приводимых в реферате в литературном обзоре и собственных исследованиях.

2.6. Обобщение. В этой части обобщаются литературные данные и результаты собственных исследований, Обобщение делается в виде заключения, выводов, тезисов.

Заключение - это краткое обобщение основных достоверных данных и фактов.

Выводы – это обобщение каждого достоверного факта в отдельности, когда фактов много. Выводы должны быть предельно краткими и четкими ответами на задачи реферата

Тезисы – представляют собой краткие или развернутые выводы с вводной, поясняющей, обосновывающей и заключительной частями работы. Тезисы включают изложение основных положений всей научной работы от начала до конца.

2.7. Рекомендации или практические предложения. Пишутся в том случае, когда изложенные в реферате положения могут быть использоваться слушателями или читателями реферата в своей жизни и практической деятельности.

2.8. Список использованной литературы. Это один из важных элементов реферата, позволяющий проверить автора и помогающий отыскать основную литературу, в которой можно получить ответы на интересующие вопросы, если эти вопросы не раскрыты в реферате, но интересуют читателя.

Существуют следующий порядок регистрации и оформления литературы: указываются фамилия и инициалы автора, название книги или статьи, номер тома или выпуска, год и место издания, страницы.

Год издания пишут за фамилией и инициалами автора. Оглавление или содержание в рефератах указывается не всегда.

ДОКЛАД

Цель доклада зависит от целей обобщения материала, который будет содержаться в докладе.

Из цели доклада можно выделить несколько основных задач, которые будут сформированы исходя из полного и разностороннего раскрытия темы в докладе. Обычно выделяют от трех до шести-семи основных задач. Решение этих задач (освещение вопросов, которые включаются в эту тему) может быть решено в строгой последовательности, однако в некоторых случаях возможны варианты последовательности таких задач.

Для доклада необходимо четко представлять, что есть предмет и объект доклада. Объект доклада – рассматриваемое явление или физический объект. Предмет доклада – исследуемое отношение, которое связано с данным объектом. Понимание объекта и предмета доклада

необходимо для разностороннего раскрытия темы и исключения смешения материала с материалом, касающемся других объектов и предметов, которые не связаны с основной темой, или не важны для раскрытия данной темы.

После уяснения цели и задач доклада необходимо сформировать план. Этот план определяет основные разделы доклада (пункты) в зависимости от поставленных задач.

Материал для доклада необходимо подбирать, обращая особое внимание на следующие его характеристики:

- отношение к теме исследования;
- компетентность автора материала;
- конкретизация и подробность;
- новизна;
- научность и объективность;
- значение для исследования.

Источник материала: периодические издания, научная литература, материала научных конференций, Интернет- ресурсы. При выборе, например, периодического издания для поиска материала необходимо учитывать общую направленность такого издания, целевую аудиторию. При использовании Интернет- источников важно иметь ввиду, что в них материал может быть ошибочным или неполным, так как глобальная сеть доступна для большого количества пользователей и их квалификация также может различаться. При подборе литературных источников важен год издания, основные цели такого издания. Целевая аудитория и цели книга обычно находятся в введении.

При изложении материала нужно плавно переходить от одного вопроса к следующему, желательно обобщать материал каждого пункта (раздела) доклада используя такие слова, как «таким образом», «итак», «необходимо подчеркнуть» и т.п. Такие обобщения гарантируют правильное и полное восприятие материала аудиторией.

Если в материале используются цитаты или определения других авторов, то необходимо ссылаться на таких авторов.

В конце доклада, должен быть краткий вывод, который показывает, насколько цель доклада была выполнена. В выводе (заключении) должны быть отражены все задачи и степень их выполнения.

Подготовка к экзаменам и зачетам

Изучение многих общепрофессиональных и специальных дисциплин завершается экзаменом. Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

Экзаменационная сессия - это серия экзаменов, установленных учебным планом. Между экзаменами интервал 3-4 дня.

В эти 3-4 дня нужно систематизировать уже имеющиеся знания. На консультации перед экзаменом студентов познакомят с основными требованиями, ответят на возникшие у них вопросы. Поэтому посещение консультаций обязательно.

Требования к организации подготовки к экзаменам те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго.

Во-первых, очень важно соблюдение режима дня; сон не менее 8 часов в сутки, занятия заканчиваются не позднее, чем за 2-3 часа до сна. Оптимальное время занятий - утренние и дневные часы.

Во-вторых, наличие хороших собственных конспектов лекций. Даже в том случае, если была пропущена какая-либо лекция, необходимо во время ее восстановить, обдумать, снять возникшие вопросы для того, чтобы запоминание материала было осознанным.

В-третьих, при подготовке к экзаменам у студента должен быть хороший учебник или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра. Здесь можно эффективно использовать листы опорных сигналов.

Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Правила подготовки к зачетам и экзаменам:

- Лучше сразу сориентироваться во всем материале и обязательно расположить весь материал согласно экзаменационным вопросам (или вопросам, обсуждаемым на семинарах), эта работа может занять много времени, но все остальное – это уже технические детали (главное – это ориентировка в материале).

- Сама подготовка связана не только с «запоминанием». Подготовка также предполагает и переосмысление материала, и даже рассмотрение альтернативных идей.

- Готовить «шпаргалки» полезно, но на экзамене лучше ими не пользоваться. Главный смысл подготовки «шпаргалок» – это систематизация и оптимизация знаний по данному предмету, что само по себе прекрасно – это очень сложная и важная для студента работа, более сложная и важная, чем простое поглощение массы учебной информации.

- Сначала студент должен продемонстрировать, что он «усвоил» все, что требуется по программе обучения (или по программе данного преподавателя), и лишь после этого он вправе высказать иные, желательные аргументированные точки зрения.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;

- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса

по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

-фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;

-формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, PowerPoint;

Adobe Photoshop;

Adobe Premiere;

Power DVD;

Media Player Classic.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

11. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (при наличии)

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Составитель(и): преподаватель кафедры культурного наследия МГИК – Васин К.С.