

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Сибирский государственный институт искусств имени Дмитрия Хворостовского

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой
народная художественная культура
Гинтер С.М.



«17» апреля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ НАРОДНОЙ
ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ**

Уровень основной образовательной программы бакалавриат
Направление подготовки: 51.03.02 Народная художественная культура
Профиль: «Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества»
Форма обучения: очная
Факультет: художественный
Кафедра: Народная художественная культура

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО СЕМЕСТРАМ

Трудоемкость		Самостоятельная работа	Контроль	Контакт. часы (семестры)		Форма итогового контроля
				3	4	
ЗЕ	Часы					
4	144	40	36	30	38	Зачет с оценкой

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 51.03.02 народная художественная культура (уровень бакалавриата) утвержденного приказом министерства образования и науки Российской Федерации от 6 декабря 2017г, № 1178.

Рабочая программа разработана и утверждена на заседании кафедры 19.05.2021 г., протокол № 13

Разработчики:

К.п.н, профессор кафедры
«Народная художественная культура" С.М. Гинтер

Зав. кафедрой

К.п.н., профессор кафедры
«Народная художественная культура" С.М. Гинтер

1. Цель и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины

В условиях развития рыночной модели российской экономики произошло становление сферы культуры и искусств как самостоятельной отрасли национальной экономики, функционирование которой направлено на удовлетворение культурных и духовных запросов граждан России.

Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры - это комплексная целенаправленная интеллектуальная и хозяйственная деятельность отдельной высоко интеллектуальной личности или организационной системы, созданной вокруг одной или нескольких таких личностей, в целях эффективного использования факторов производства (интеллектуального или иного труда, капитала, земли и финансов), деятельность, основанная на системе принципов, функций, методов и организационной структуре управления организацией, вполне соответствующей условиям её внешней среды.

«Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» - курс практических занятий, дающий представления о таких важных аспектах менеджмента и маркетинга, как культура менеджмента и организационная культура менеджмента, государственная и негосударственная поддержка сферы культуры, социокультурное программирование в структуре управленческих технологий планирование деятельности учреждений социокультурного профиля, типовые процедуры и решения по управлению кадрами, а также элементы психологии управления.

Цель курса – обучение теоретическим основам управления в сфере народной художественной культуры, общим принципам системы менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры, а также практическим навыкам управленческой деятельности в учреждениях социально-культурной сферы.

1.2 Задачи

В процессе изучения курса «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» необходимо решить следующие задачи:

1. Овладеть понятийным аппаратом, категориями и принципами социокультурного менеджмента и маркетинга;
2. Рассмотреть формы и методы управления культурными процессами;
3. Изучить механизмы менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры;
4. Получить знания о системе планирования и программирования деятельности учреждений социокультурного профиля.
5. Освоить типовые процедуры и решения по управлению кадрами.
6. Овладеть умениями и навыками применения управленческих технологий, маркетинговых технологий в деятельности социокультурных учреждений.

1.3 Применение ЭО и ДОТ

При реализации дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина включена в базовую часть Блока 1 и изучается в течение 3,4 семестров в объеме 68 часов практических занятий. Форма итогового контроля по дисциплине – зачет с оценкой в конце 4 семестра обучения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенция	Индикаторы достижения компетенций
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: - закон об авторском праве; - формы передачи интеллектуальной собственности. Уметь: - находить взаимосвязь в создании и потреблении интеллектуальной собственности. Владеть: - этикой поведения профессиональных менеджеров.
ОПК-1 Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике	Знать: - этнокультурные традиции различной социокультурной среды. Уметь: - управлять и организовывать методическую работу в системе НХК. Владеть: - понимаем проектной деятельности.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Семестры		Всего часов
	3	4	
Практические занятия	30	38	68
Самостоятельная работа (всего)	6	34	40
Контроль	36		36
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	зачет	Зачет с оценкой	
Общая трудоемкость, час	72	72	144
ЗЕ	2	2	4

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Компетенции
1.	Тема 1. Сфера культуры и технология менеджмента	Культура, сфера культуры и менеджмент. Система механизмов менеджмента. Необходимость технологического представления менеджмента. Административно-организационный механизм. Экономический механизм. Работа с	УК-2 ОПК-1

		персоналом. Информационный механизм. Особенности менеджмента в сфере культуры. Сфера культуры как сфера услуг. Проблема единства механизмов в сфере культуры. Эволюция технологии менеджмента. Компетентность современного менеджера и гуманитарная культура.	
2.	Тема 2. Технология организационного и финансового обеспечения социально-культурной деятельности	Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников (фандрейзинг). Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга. Виды и размеры возможных субсидий. Контакты с потенциальными донорами. Специальные мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону. Анализ эффективности фандрейзинговой компании. Разработка организационных документов (уставов, положений, должностных инструкций и т.д.)	УК-2 ОПК-1
3.	Тема 3. Технология и планирование	Виды планов в сфере культуры. Организация плановой деятельности (этапы планирования). Методы планирования. Аналитическое планирование. Планирование организационного обеспечения.	УК-2 ОПК-1
4.	Тема 4. Учет, отчетность и контроль	Роль и значение учета, отчетности и контроля. Виды учета и отчетности, требования к их организации. Текущий (оперативный) учет. Статистический учет и отчетность. Творческие отчеты. Технология контроля. Виды и типы контроля. Средства формы контроля. Организация (этапы) проведения ревизии.	ОПК-1
5.	Тема 5. Маркетинг и культурно-исторический опыт	Эволюция маркетинга и культура современного общества. Этапы эволюции бизнеса и менеджмента. Классификация услуг в сфере культуры. Классификация продуктов в сфере	ОПК-1

		культуры.	
6.	Тема 6. Маркетинг и массовая культура	Массовая культура – реализованный проект гуманизма просвещения. Маркетизация гуманизма: духовные ценности как сегменты рынка. Рынок социальных мифов. Российская специфика. Культура культур. Маркетинговая среда организаций культуры.	УК-2 ОПК-1
7.	Тема 7. Коммерческая сфера культуры и маркетинга	Спрос – как важнейшее понятие маркетинга. Группы услуг оказываемые учреждениями культуры. Массовая литература в современном обществе. социальный маркетинг. Маркетинг некоммерческих организаций.	УК-2 ОПК-1
8.	Тема 8. Типы и виды маркетинговой стратегии в сфере народной художественной культуры	Стратегия и планирование в условиях рынка. Типы и виды стратегии маркетинга. Маркетинговый комплекс и бизнес-план. Характеристика факторов макросреды в сфере культуры.	УК-2 ОПК-1
9.	Тема 9. Маркетинг в сфере народной художественной культуры и социальное партнерство	Понятие маркетинга социальных инвестиций. Российская благотворительность: конфликт интересов. Благотворительная деятельность компаний северо-западного региона. Федеральные налоговые льготы для физических лиц. Федеральные налоговые льготы для юридических лиц на уровне субъектов федерации. Социальные инвестиции и социальное партнерство. Коммуникативные технологии социальных инвестиций и партнерства.	УК-2 ОПК-1
10.	Тема 10. Организация и управление маркетингом в сфере народной художественной культуры. Жизненный цикл товара и стратегии маркетинга	Основные направления деятельности маркетинговой службы. Оценка предпринимательской деятельности организации культуры. Основные этапы жизненного цикла товара. Лицензионная стратегия. Сертификация.	УК-2 ОПК-1
	Тема 11.	Соотношение цены, спроса и предложения. Определение	УК-2

	Ценообразование и ценовая стратегия услуг в сфере народной художественной культуры	емкости рынка. Структура рынка. Определение ценовой ситуации. Определение метода ценообразования. Методики ценообразования. Ценовая политика фирмы	ОПК-1
	Тема 12. Коммуникация и реклама в продвижении услуг учреждений народной художественной культуры, искусства и художественного образования	Понятие коммуникации. Задачи коммуникативной стратегии. Понятие рекламы. Социальная реклама. Стимулирование продаж.	УК-2 ОПК-1

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

3-й семестр

Раздел дисциплины	Практические занятия	СРС	Всего час.
Система механизмов менеджмента	4		4
Особенности менеджмента в сфере культуры. Система механизмов менеджмента	4	2	6
Эволюция технологии менеджмента	4		4
Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников	4		4
Разработка организационных документов	4	2	6
Виды планов в сфере культуры	2		2
Организация плановой деятельности (этапы планирования)	4		4
Методы планирования	4	2	6
Контроль			36
Итого за семестр	30	6	72

4-й семестр

Раздел дисциплины	Практические занятия	СРС	Всего час.
Виды учета и отчетности, требования к их организации	4	4	8
Технология контроля	4	4	8
Маркетинг и культурно-исторический опыт	4	4	8
Маркетинг и массовая культура	4	4	8
Коммерческая сфера культуры и маркетинг	4	4	8
Типы и виды маркетинговой стратегии в сфере народной художественной культуры	2	2	4
Маркетинг в сфере народной художественной культуры	4	4	8

и социальное партнерство			
Организация и управление маркетингом в сфере народной художественной культуры Жизненный цикл товара и стратегии маркетинга	4	4	8
Ценообразование и ценовая стратегия услуг в сфере народной художественной культуры	4	2	6
Коммуникация и реклама в продвижении услуг учреждений народной художественной культуры, искусства и художественного образования	4	2	6
Итого за семестр	38	34	72

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры [Текст] : практикум: учебное пособие / Екатерина Леонидовна Шекова. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2012. — 155 с. : ил. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — ISBN 978-5-8114-1383-6. — ISBN 978-5-91938-068-9
2. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / Екатерина Леонидовна Шекова. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2012. — 160 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/3820/#1>
3. Основы маркетинга / Филип Котлер. — 4-е изд. — Москва; Санкт-Петербург; Киев : Вильямс, 2007. — 1199 с. : тв. — ISBN 978-5-8459-1227-5
4. Тульчинский, Григорий Львович. Маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Григорий Львович Тульчинский. — 4-е изд., стер. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2019. — 496 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/117648/#1>. — ISBN 978-5-8114-4257-7.— ISBN 978-5-4495-0124-0.
Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент в сфере культуры [Текст]: учебное пособие / Григорий Львович Тульчинский. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2009. — 544 с.
Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент в сфере культуры [Электронный ресурс]: рекомендовано Министерством общего и профессионального образования РФ в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по специальности «Культурология» / Григорий Львович Тульчинский. — 5-е изд., испр. и доп. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2013. — 544 с.— (Учебники для вузов. Специальная литература).
Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/13880/#3>. — Гриф Минобрнауки РФ.— ISBN 978-5-8114-0517-6.

6.2. Дополнительная литература

1. Артемьева, Татьяна Владимировна. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Татьяна Владимировна Артемьева. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2010. — 288 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа :

- <https://e.lanbook.com/reader/book/1929/#1>
2. Кадырова, Светлана Викентьевна. Self-management в сфере культуры искусства [Электронный ресурс] : учебное пособие / Светлана Викентьевна Кадырова. — 1 файл в формате PDF. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2013. — 224 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/13241/#1>. — ISBN 978-5-8114-1511-3.— ISBN 978-5-91938-093-1.
 3. Кравченко, Альберт Иванович. История менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Альберт Иванович Кравченко. — 5-е изд. — 1 файл в формате PDF. — Москва : Академический проект, : Трикта, 2005. — 558 с. — (Gaudeamus) . — Режим доступа : http://akademia.4net.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=1024 Полнотекстовый документ на жестком диске. — Гриф УМО. — ISBN 5-8291-0628-0.
 4. Как продавать искусство [Электронный ресурс] : сборник статей / Джозеф В. Мелилло. — 1 файл в формате PDF. — Новосибирск : Сибирский хронограф, 2001. — 196 с. — Режим доступа : http://akademia.4net.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=2949 — ISBN 5-87550-138-3.
 5. Коленько, Сергей Геннадьевич. Менеджмент в сфере культуры искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата: рекомендовано УМО ВО в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по экономическим и гуманитарным направлениям специальностям; рекомендовано Ученым советом Санкт-Петербургского государственного университета в качестве учебно-методического пособия при реализации обязательных программ, относящихся к направлению подготовки "Культурология" / Сергей Геннадьевич Коленько. — Москва : Юрайт, 2019. — 370 с. — (Бакалавр.) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-433177#page/1> — ISBN 978-5-534-01521-8.
 6. Калюжнова, Надежда Яковлевна. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Надежда Яковлевна Калюжнова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 170 с. — (Университеты России) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/sovremennye-modeli-marketinga-438984#page/1> — Режим доступа: для зарегистрир. читателей СГИИ имени Д. Хворостовского. — ISBN 978-5-534-08407-8.
 7. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров: допущено Минобрнауки РФ в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Светлана Васильевна Карпова. — Москва : Юрайт, 2019. — 408 с. — (Бакалавр.) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/marketing-teoriya-i-praktika-425233#page/1> . — Режим доступа: для зарегистрир. читателей СГИИ имени Д. Хворостовского. — ISBN 978-5-9916-2661-3.
 8. Менеджмент : учебник для прикладного бакалавров: допущено УМО ВО в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Александр Лукич Гапоненко. — Москва : Юрайт, 2019. — 398 с. — (Бакалавр.) . — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/menedzhment-432046#page/1> ISBN 978-5-534-03650-3.
 9. Санкт-Петербург : Планета музыки : Лань, 2019. — 384 с. — (Учебники для вузов. Специальная литература) — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/113989/#3> . — ISBN 978-5-8114-0956-3.— ISBN 978-5-91938-308-6.
 10. Управление человеческими ресурсами: словарь основных понятий и терминов [Электронный ресурс] : методические рекомендации: для студентов, обучающихся по

направлению подготовки 51.03.02«Народная художественная культура» / Елена Анатольевна Покровская.— 1 файл в формате PDF. — Красноярск : Красноярский государственный художественный институт (КГХИ), 2015. — 40 с. —Режим доступа :

http://akademia.4net.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=3591

11. Ульяновский, Андрей Владимирович. Реклама в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Андрей Владимирович Ульяновский. — Электрон. текст. изд. — Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2012. — 520 с. : ил. — (Учебники для вузов. Специальная литература) . — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/book/3807/#1>. — ISBN 978-5-8114-1353-9.— ISBN 978-5-91938-059-7.
12. Чарная, Ирина Вениаминовна. Экономика культуры : учебник и практикум для академического бакалавриата: рекомендовано УМО ВО в качестве учебника и практикума для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям; рекомендовано УМО по образованию в области народной художественной культуры, социально-культурной деятельности и информационных ресурсов в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по специальности " Социально-культурная деятельность" / Ирина Вениаминовна Чарная.— 4-е изд. — Москва : Юрайт, 2019. — 240 с. — (Бакалавр.). —Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/viewer/ekonomika-kultury-442204#page/1> . — ISBN 978-5-534-07955-5.

6.3 Необходимые базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Электронная библиотечная система федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский государственный институт искусств имени Дмитрия Хворостовского» (ЭБС СГИИ имени Д. Хворостовского). – URL: <http://192.168.2.230/opac/app/webroot/index.php> (в локальной сети вуза) или <http://80.91.195.105:8080/opac/app/webroot/index.php> (в сети интернет).

2. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». - URL: <https://e.lanbook.com>

3. Электронная библиотечная система «Юрайт». - URL: <https://urait.ru/catalog/organization/1E5862E7-1D19-46F7-B26A-B7AF75F6ED3D>

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. - URL: http://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=13688

5. Национальная электронная библиотека - проект Российской государственной библиотеки. - URL: <https://rusneb.ru/>

6. Информационно-правовая система "Консультант Плюс". - Доступ осуществляется со всех компьютеров локальной сети вуза.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения аудиторных занятий и организации самостоятельной работы по дисциплине Институт располагает на праве собственности материально-техническим обеспечением образовательной деятельности: помещениями, соответствующими действующим противопожарным правилам и нормам, и оборудованием:

Для аудиторных занятий:

проектор, компьютер, экран, учебная доска, акустические колонки, столы, стулья.

Для организации самостоятельной работы:

1. Компьютерным классом с возможностью выхода в Интернет;
2. Библиотека, укомплектованная фондом печатных, аудиовизуальных и электронных документов, с наличием:

- читальных залов, в которых имеются автоматизированные рабочие места с доступом к электронным информационным образовательным ресурсам института и библиотеки, выходом в интернет;
- фонотеки, оборудованной аудио и видео аппаратурой, автоматизированными рабочими местами с доступом к электронным информационным образовательным ресурсам института и библиотеки, выходом в интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

При использовании электронных изданий Институт обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Каждому обучающемуся предоставляется доступ к сети интернет в объеме не менее 2 часов в неделю.

Требуемое программное обеспечение

Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

- Операционная система: (Microsoft Corporation) Windows 7.0, Windows 8.0.
- Приложения, программы: Microsoft Office 13, Adobe Reader 11.0 Ru, WinRAR, АИБС Absotheque Unicode (совстроенными модулями «веб-модуль ОПАС» и «Книгообеспеченность»), программный комплекс «Либер. Электронная библиотека», модуль «Поиск одной строкой для электронного каталога AbsOPACUnicode», модуль «SecView к программному комплексу «Либер. Электронная библиотека»