

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ ИМЕНИ
ДМИТРИЯ ХВОРОСТОВСКОГО»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**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»

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура (приказ Минобр науки России от 6 декабря 2017г, № 1178).

Рабочая программа разработана и утверждена на заседании кафедры 17.05.2024г., протокол № 18.

Разработчики:

Кандидат педагогических наук, профессор заведующий кафедрой Гинтер Светлана Михайловна

Кандидат искусствоведения доцент, Воронова Мария Викторовна

Заведующий кафедрой

«Народная художественная культура»

кандидат педагогических наук, профессор Гинтер Светлана Михайловна

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания 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 лекций и 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 изучения дисциплины

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 применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина включена в базовую часть Блока 1 и изучается в течение 5,6 семестров в объеме 144 часов. Форма итогового контроля по дисциплине – зачет с оценкой в конце 6 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
	5	6	
Аудиторные занятия	30	38	68
Самостоятельная работа (всего)	42	34	76
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	Тема 1. Культура, сфера культуры и менеджмент. Система механизмов менеджмента. Необходимость технологического представления менеджмента. Административно-организационный механизм. Экономический механизм. Работа с	УК-2 ОПК-1

		<p>персоналом. Информационный механизм. Особенности менеджмента в сфере культуры. Сфера культуры как сфера услуг. Проблемма единства механизмов в сфере культуры. Эволюция технологии менеджмента. Компетентность современного менеджера и гуманитарная культура.</p>	
2.	<p>Тема 2. Технология организационного и финансового обеспечения социально-культурной деятельности</p>	<p>Привлечение и аккумулярование 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.</p> <p>Разработка организационных документов (уставов, положений, должностных инструкций и т.д.)</p>	<p>УК-2 ОПК-1</p>
3.	<p>Тема 3. Технология и планирование</p>	<p>Виды планов в сфере культуры. Организация плановой деятельности (этапы планирования). Методы планирования. Аналитическое планирование. Планирование организационного обеспечения.</p>	<p>УК-2 ОПК-1</p>
4.	<p>Тема 4. Учет, отчетность и контроль</p>	<p>Роль и значение учета, отчетности и онтроля. 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.</p>	<p>УК-2 ОПК-1</p>

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 культуры.	УК-2 ОПК-1
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	Основные направления деятельности маркетинговой службы. Оценка	УК-2 ОПК-1

	НАРОДНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ. ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА И СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА	предпринимательской деятельности организации культуры. Основные этапы жизненного цикла товара. Лицензионная стратегия. Сертификация.	
11	Тема 11. Ценообразование и ценовая стратегия услуг в сфере народной художественной культуры	Соотношение цены, спроса и предложения. Определение емкости рынка. Структура рынка. Определение ценовой ситуации. Определение метода ценообразования. Методики ценообразования. Ценовая политика фирмы	УК-2 ОПК-1
12	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

№ п/п	Раздел Дисциплины	Сем естр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Всего	Лек-ции	Прак-тич	Сам. Раб.	
	Введение. Предмет и задачи курса. Основные понятия курса.	3	5	2		2	
1	РАЗДЕЛ 1. Сфера культуры и технология менеджмента						
1.1	Система механизмов менеджмента		5	2		2	
1.2	Особенности менеджмента в сфере культуры. Система механизмов менеджмента	3	4	2	2	2	

1.3	Эволюция технологии менеджмента		4	2	2	2	
2	РАЗДЕЛ 2. Технология организационного и финансового обеспечения социально-культурной деятельности	3					
2.1	Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников	3	6	4	2	2	
2.2	Разработка организационных документов	3	4	2	2	2	
3.	РАЗДЕЛ 3. Технология и планирование						
3.1	Виды планов в сфере культуры	3	2	1	1	2	
3.2	Организация плановой деятельности (этапы планирования)	3	2	1	1	2	
3.3	Методы планирования	3	4	2	2	2	
4.	РАЗДЕЛ 4. Учет, отчетность и контроль					2	
4.1	Виды учета и отчетности, требования к их организации	4	4	2	2	2	
4.2	Технология контроля	4	4	2	2	6	Тестирование
	РАЗДЕЛ 5. Маркетинг в сфере народной художественной культуры						
5.1	Маркетинг и культурно-исторический опыт	4	6	2		6	
5.2	Маркетинг и массовая культура	4	8	2	2	6	
5.3	Коммерческая сфера культуры и маркетинг	4	8	2	2	6	

5.4	Типы и виды маркетинговой стратегии в сфере народной художественной культуры	4	10	2	2	6	
5.5	Маркетинг в сфере народной художественной культуры и социальное партнерство	4	8	2	2	6	
5.6	Организация и управление маркетингом в сфере народной художественной культуры Жизненный цикл товара и стратегии маркетинга	4	8	2	2	6	
5.7	Ценообразование и ценовая стратегия услуг в сфере народной художественной культуры	4	8	2	2	6	
5.8	Коммуникация и реклама в продвижении услуг учреждений народной художественной культуры, искусства и художественного образования	4	8	2	2	6	проект
	Итого		144	38	30	76	экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. 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>
2. 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.
3. Основы маркетинга / Филип Котлер. — 4-е изд. — Москва; Санкт-Петербург; Киев : Вильямс, 2007. — 1199 с. : тв. — ISBN 978-5-8459-1227-5

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 и 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, : Триста, 2005. — 558 с. — (Gaudeamus) . — Режим доступа: http://akademia.4net.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&DocumentId=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&DocumentId=2949 — ISBN 5-87550-138-3.
5. Коленько, Сергей Геннадьевич. Менеджмент в сфере культуры и 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> ISBN978-5-534-03650-3.
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 итерминов [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. Фонд оценочных средств

7.1 Шкалы оценивания и критерии оценки

Развернутый устный ответ, участие в обсуждении вопроса, тестирование позволяет оценить знания, умения и владение опытом практической работы

Знать

- закон об авторском праве;
- формы передачи интеллектуальной собственности;
- этнокультурные традиции различной социокультурной среды

Уметь - находить взаимосвязь в создании и потреблении интеллектуальной собственности;

- управлять и организовывать методическую работу в системе НХК.

Владеть - этикой поведения профессиональных менеджеров;

- понимаем проектной деятельности.

Критерии оценки развернутого устного ответа, участия в обсуждении вопроса

Критерии	Оценка	
	Не зачтено	Зачтено
1. Фактическая правильность (обучающийся: понимает факты, правила и принципы; интерпретирует словесный материал, схемы, графики, диаграммы; преобразует словесный материал в математические выражения; предположительно описывает будущие последствия, вытекающие из имеющихся данных).	Проявлено полное незнание или допущены грубые ошибки.	Показано знание основного материала (возможно допущение некоторых неточностей).
2. Понимание существа проблемы и логики поиска ответа, установление необходимых связей.	Нет понимания проблемы. Ответ не по существу.	Сущность проблемы и какой-то путь решения определяются в ответе.

3. Опора на прослушанные лекции и заданный учебный материал.	Лекции и заданный учебный материал никак не используются.	Лекционный и другой учебный материал используются в ответе и дискуссии
--	---	--

Критерии оценивания тестов

Критерии	Оценка			
	2 (неудовлетворительно)	3 (удовлетворительно)	4 (хорошо)	5 (отлично)
К тестам - по количеству правильных ответов	Правильных ответов менее 60%	Правильных ответов – от 60% до 70%	Правильных ответов – от 70% до 80%	Правильных ответов – более 80%

7.2. Пример тестового задания

УК-2. Способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Вопрос 1. Входит ли контроль за производством сценических декораций, пошивом сценических костюмов, закупкой или производством музыкальных инструментов, светового, звукового, технического оборудования в обязанности менеджера в сфере НХК ?

- 1) да, всегда
- 2) **да, при условии, что он специализируется на организации мероприятий в сфере концертной и театральной деятельности народных коллективов**
- 3) нет, никогда
- 4) он должен не только осуществлять контроль, но и сам участвовать в изготовлении

Вопрос 2. Является ли менеджмент в сфере народной художественной культуры междисциплинарной формой деятельности?

- 1) **да, является**
- 2) нет, не является

Вопрос 3. Является ли понятие PR аналогичным понятию реклама?

- 1) Да, это одно и то же
- 2) Нет, это совершенно разные сферы деятельности

- 3) **Реклама является составной частью PR и активно участвует в формировании общественного мнения о компании или мероприятии**
- 4) PR является самостоятельной, независимой формой культурно-просветительской деятельности

Вопрос 4. Приведите примеры определений арт-менеджмента в наибольшей степени соответствует задачам изучаемой дисциплины:

Предполагаемый ответ:

- Арт-менеджмент это особый тип управления организацией в сфере искусства и рыночной системе хозяйствования.
- Это организационное, руководящее и исполнительское искусство, требующее не только знаний и опыта, но и авантюризма, интуиции, умения воспринимать и использовать существующие на арт-рынке потребности, т.е спрос, стандарты качества и художественного вкуса.
- Это деятельность базирующаяся на системе принципов, функций, методов и организационной структуре управления организацией сферы искусства, соответствующую социокультурным условиям, а также экономико-правовой реальности

Вопрос 5. Приведите пример классификации взаимоотношений государства и культуры по классификации А. Моля

Предполагаемый ответ:

А. Моль, предлагает в качестве основания для классификации социостатические и социодинамические характеристики моделей культурной политики, различал следующие ее группы: I. Социостатическая (популистская; патерналистская и эклектическая) и II. Социодинамическая.

Социостатическая модель описывает устойчивые цели культурной политики и ее институты. Среди ее подвидов популистская («демагогическая») политика, которая ставит целью максимальное удовлетворение культурных потребностей наибольшего числа людей; в соответствии с патерналистской («догматической») моделью, право и основные каналы распространения культурных ценностей принадлежат определенной партии, религиозному течению или государству в целом; Социодинамическая политика, в противовес социостатической, пытается соответствовать непрерывному процессу изменения культуры. Социодинамическая культурная политика может иметь два направления: прогрессивное и консервативное. В первом случае субъект такой политики стремится ускорить, во втором - наоборот - замедлить ход эволюции культуры.

Вопрос 6. Так называемая Британская модель культурной политики это:

Предполагаемый ответ:

Когда правительство определяет общую сумму дотаций на культуру, но не участвует в распределении финансов, его осуществляют специальные фонды. Соответственно влияние государства в области цензуры и давления минимизировано.

Вопрос 7. Понятие интеллектуальный капитал в контексте арт-менеджмента.

Предполагаемый ответ:

Понятие «интеллектуальный капитал» - обозначает нематериальные ресурсы, активы. Это явление берет начало на заре экономики, когда доброе имя в торговле обеспечивало ее носителю более высокие прибыли. С тех пор значение репутации производителя или компании только растет. Не случайно на рынке PR услуг именно репутационные технологии достаточно востребованы.

Интеллектуальные активы — экономические ресурсы организации, являющиеся результатом творческой, научно-исследовательской или изобретательской деятельности, обладающие искусственно созданными свойствами редкости и исключительности и способностью приносить экономические выгоды. Стандартными элементами интеллектуального капитала в любой организационной структуре являются: 1. Рыночные активы, 2. Интеллектуальная собственность как актив (например патенты на марку или изобретение), 3. Человеческие активы, 4. Инфраструктурные активы (владение информацией, путями реализации, транспортировки, демонстрации и пр.).

Вопрос 8. Обозначьте три ключевые роли арт-менеджера, как управленца, предопределяющие успех его деятельности.

Предполагаемый ответ:

Выделяют три ключевые роли арт-менеджера, предопределяющие успех его деятельности:

1. Роли по принятию решений, направленных на определение направления движения организации, распределение ресурсов, коррекцию текущей деятельности.

2. Информационные роли, направленные на обработку собираемой информации, разработку и осуществление рекламной кампании по продвижению арт-продукта на рынок.

3. Межличностные роли, способствующие осуществлению руководящих функций, улаживанию конфликтов, ведению деловых контактов и переговоров, определению объема и содержания работы сотрудников.

Вопрос 9. Основываясь на своем опыте социального взаимодействия с представителями художественной среды, определите наиболее актуальные проблемы управления в сфере искусства в России:

Предполагаемый ответ:

1. отсутствие организованного регионального арт-рынка, интегрированного в отечественный и международный;
2. слабое использование менеджмента предпринимательства;

3. Отсутствие института экспертов и профессиональных менеджеров-искусствоведов, арт-дилеров;
4. отсутствие собственных механизмов котировки произведений искусства, отсутствует рейтинг художников;
5. слишком большой диапазон авторов в галереях;
6. несовершенство законодательства, правовая незрелость института экспертизы;
7. отсутствие профильных СМИ, института художественной критики;
8. отсутствие массового покупателя произведений искусства.
9. Концепция развития отечественного арт-рынка, появление нового типа художника-предпринимателя;
10. художественное коллекционирование как основа художественного рынка, формирование традиций семейного арт-бизнеса

Вопрос 10. Сформулируйте основные особенности проектной деятельности и ее организации.

Предполагаемый ответ:

Грамотно разработанный творческий проект помогает менеджеру культуры избежать многих ошибок при его реализации, найти ответы на многие вопросы, связанные с его разработкой и реализацией. В нем гибко сочетаются творческие, технические, финансовые и рыночные аспекты деятельности:

- проект служит основанием для предполагаемой творческой работы и дает оценку результатам деятельности за определенный период;
- проект становится документом, который определяет курс действий и формы управления ими, он выполняет как стратегические цели планирования предстоящей работы, так и тактические - руководство и контроль исполнения различных действий по реализации проектируемых форм деятельности;
- проект в большинстве случаев может быть использован как средство для получения необходимых инвестиций и может служить мощным инструментом нахождения путей финансирования проекта;
- проект обязательно рассматривается как документ, восприимчивый для различного рода нововведений (организационных, информационных, технических, технологических, экономических и т.н.);
- проект служит хорошей рекламой предполагаемой акции, программы, становясь своеобразной визитной карточкой проектной организации. Он должен быть компактным, красиво оформленным и информационно-насыщенным;
- проект демонстрирует готовность разработчиков идти на риск и является развернутым документом, страхующим успех;
- проект является инструментом самообучения, поскольку его разработка есть непрерывный процесс познания и самопознания.

ОПК-1Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике

Вопрос 1. Что из перечисленного является технологией организации и управления в менеджменте в сфере НХК:

- 1) осуществление контроля за изготовлением, распространением и продажей рекламно-печатной продукции, книг, журналов, музыкальных аудио- и видеоклипов, билетов, афиш, листовок и т.п
- 2) обладание лидерскими качествами – принимать решения, осуществлять информационную и межличностную коммуникацию
- 3) планирование предстоящей работы, правильная постановка и ранжирование целей, мотивирование, контроль**
- 4) Уточнение проблемы и путей ее решения

Вопрос 2. Контроль по реализации специального события в сфере НХК может быть:

- 1) ведомственным
- 2) государственным
- 3) общественным
- 4) Любым из перечисленного в зависимости от характера события**
- 5) ничем из перечисленного

Вопрос 3. Согласно такой области знаний как конфликтология, могут ли быть у конфликта в рабочем коллективе положительные функции?

- 1) Да, могут, они могут быть конструктивными**
- 2) Нет, не могут, это всегда плохо
- 3) Да, всегда
- 4) Да, но только в малых коллективах

Вопрос 4. Обобщенно обозначьте этапы работы над творческим проектом.

Предполагаемый ответ:

1. Уточнение проблемы, изучение запросов и интересов аудитории
2. Конкретизация темы, формулировка идеи, цели, задач
3. Обоснование выбора формы, жанра
4. Поиск художественного образа
5. Определение композиционного построения сценария
6. Предварительный план-график выполнения проекта
7. Предполагаемый расчет расходов и доходов

Вопрос 5. Приведите определение понятия «маркетинг» в контексте системы арт-менеджмента.

Предполагаемый ответ:

Понятие «маркетинг» трактуется, во-первых, как **«философия» производства**, как совокупность приемов и методов, сложившихся в систему управления деятельностью фирм и объединений, и, во-вторых, как **функция менеджмента, направленная на изучение покупательского спроса** (существующего и потенциального), организацию рекламы, проведение ценовой политики и т.д. на основе изучения рынка и применительно к его требованиям.

Согласно современной концепции маркетинга, все виды деятельности учреждения, в том числе и учреждения культуры, или конкретного менеджера должны основываться на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. **Выявление неудовлетворенных запросов потребителей** и ориентирование своей деятельности на удовлетворение этих запросов становится одной из основных целей маркетинга.

Вопрос 6. Сформулируйте основные стадии PR-кампании.

Предполагаемый ответ:

1. Постановка проблемы, определение цели программы с точки зрения PR.
2. Формулировка целей, которые должны быть достижимыми и предлагать варианты решения проблемы.
3. Определение потенциальной аудитории, выделение целевых аудиторий, учитывая степень важности каждой группы.
4. Разработка стратегии, раскрывающей пути достижения цели.
5. Конкретизация тактики, определение последовательных действий для достижения цели.
6. Разработка календаря, временного графика различных видов действий.
7. Подсчет бюджета с учетом начисления расходов на не предвиденные обстоятельства (10%).
8. Конкретизация процедур оценки успешности разработанной программы по определенным заранее критериям.

Вопрос 7. Сформулируйте, чем занимается имиджелогия.

Предполагаемый ответ:

Имиджелогия занимается созданием притягательного образа и управлением искусства нравиться публике, массовому зрителю, разрабатывает методологические, теоретические, технологические и методические основы личного обаяния, привлекательного образа.

Вопрос 8. Обозначьте три группы критериев оценки имиджа субъекта в имиджелогии.

Предполагаемый ответ:

1. Самоощущение человека - удачным считается тот имидж, который вызывает у самого человека ожидаемый спектр ощущений
2. Появление планируемых оценок со стороны окружающих оценки не должны быть обязательно позитивными: к примеру, проявление чувства зависти, нездорового любопытства к событиям личной жизни артиста, возникновение фан-клубов и т.п.
3. Практическое достижение планируемого - появление повышенного спроса на концерты, музыкальные записи, посещение спектаклей с участием любимого артиста и т.д.

Вопрос 9. Обозначьте не менее 4 положительных функций конфликта в коллективе.

Предполагаемый ответ:

1. Конфликт является формой разрешения противоречий.
2. Конфликт способствует снятию напряженности и ликвидации стрессовой ситуации, помогает “выпустить пар”.
3. Конфликт может выполнять интегративную, объединительную функцию.

4. Разрешение конфликта приводит к стабилизации социальной системы, при этом ликвидируются источники неудовлетворенности.
5. Конфликт интенсифицирует и стимулирует групповое творчество, способствует мобилизации энергии для решения стоящих перед субъектами задач.
6. Конфликт может служить средством выяснения соотношения сил социальных групп или общностей и тем самым может предостеречь от последующих более разрушительных конфликтов.
7. Конфликт может служить средством для возникновения новых норм общения между людьми или помочь наполнить новым содержанием старые нормы.
8. Конфликт может выполнять познавательную функцию по отношению к людям, которые принимают в нем участие, способствует самопознанию, самоутверждению и адекватной самооценке личности.
9. Конфликт является существенным фактором адаптации человека в группе.

Вопрос 10. Обозначьте основные черты новой образовательной парадигмы, отражающей реалии формирующегося общества знания.

Предполагаемый ответ:

- 1) превращение образования из средства формирования набора знаний, умений и навыков в способ воспроизводства и развития личности;
- 2) становление нового типа обучающегося, опирающегося в своей деятельности не столько на узконаправленные знания, сколько на широкие *компетенции*;
- 3) соответствие выпускника образовательной организации современным требованиям социального развития;
- 4) достижение такого соответствия возможно только путем реализации парадигмы "образование на протяжении всей жизни";
- 5) гуманитаризация образования как ключевое средство превращения обучающегося в полноценного участника процесса социально-экономического развития;
- 6) повышение роли нравственного воспитания;

Таким образом, образование в формирующемся информационном обществе становится принципиально новым фактором, определяющим возможности интеграции обучающегося в процесс устойчивого социально-экономического развития.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Уровень требований к итоговому контролю

Итоговый контроль проводится в форме экзамена который включает в себя защиту проекта (концепция, календарный план, презентация), тестирование.

При этом оценка знаний студентов может осуществляться по 5-балльной системе, так и в баллах в комплексной форме с учетом:

- оценки за работу в семестре;
- выполнение индивидуальных заданий;
- оценки итоговых знаний в ходе текущей аттестации.

Ориентировочное распределение максимальных баллов по видам отчетности представлено в таблице.

№ п/п	Виды отчетности	Баллы
1	Оценка работы в семестре	30
2	выполнение индивидуальных заданий	40
3	Результаты экзамена	30
	ИТОГО	100

Оценка знаний по 100-балльной шкале в соответствии с установленными критериями реализуется следующим образом:

- менее 51 балла – «неудовлетворительно»;
- от 51 до 69 баллов – «удовлетворительно»;
- от 70 до 85 баллов – «хорошо»;
- свыше 86 баллов – «отлично».

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для бакалавров по освоению дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» разработаны в соответствии с ФГОС ВО по направлениям подготовки: **51.03.02 Народная художественная культура.**

Цель методических рекомендаций заключается в обеспечении системной организации учебного процесса, создании представлений о предмете изучения и формах самостоятельной работы студентов по данной дисциплине.

Одним из важнейших требований к специалисту высокого уровня является умение самостоятельно пополнять знания, обрабатывать и систематизировать полученную из разных источников информацию. Учебным планом отведено 40 часов на самостоятельную работу по данной дисциплине.

Цель методических рекомендаций - обеспечить бакалаврам оптимальную организацию процесса изучения дисциплины, а также выполнения различных форм самостоятельной работы.

В современных условиях одним из важнейших требований к специалисту высокого уровня является умение самостоятельно пополнять свои знания, ориентироваться в потоке научной и культурной информации.

8.1 Характер различных видов учебной работы и рекомендуемая последовательность действий обучающегося («сценарий изучения дисциплины»)

Приступая к изучению дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры», бакалавры должны ознакомиться с рабочей программой дисциплины, настоящими методическими указаниями, фондом оценочных средств, а также с учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке вуза, получить доступ в электронные библиотечные системы, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести новую тетрадь для работы на занятиях и выполнения заданий самостоятельной работы.

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины и успешного прохождения промежуточных и итоговых контрольных испытаний бакалаврам рекомендуется придерживаться следующего порядка обучения:

- регулярно изучать каждую тему дисциплины, используя различные формы коллективной и индивидуальной работы.
- согласовывать с преподавателем виды работы по изучению дисциплины.
- после завершения отдельных тем передавать выполненные работы (презентации, тесты, контрольные работы, заполненные таблицы, эссе, рефераты) преподавателю.

Для оптимизации процесса обучения и возможности использования его результатов выпускниками вуза в их профессиональной и повседневной деятельности курс обучения строится с учётом использования:

- предыдущих умений (писать конспекты, работать с учебниками, историческими источниками, делать сообщения, отвечать на вопросы олимпиад);
- междисциплинарных связей;
- компьютерных технологий в образовательном процессе;

В основу курса бакалавриата по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» положены следующие методические принципы:

- **принцип объективности**, который подразумевает воссоздание исторической действительности с опорой на подлинные факты и знание объективных закономерностей экономического развития; исследование экономических явлений с положительной и отрицательной стороны, независимо от субъективного отношения к ним;

- **принцип детерменизма** - изучение отдельных явлений и всей действительности с точки зрения причинно - следственных связей;

- **принцип историзма**-рассмотрение исследуемых явлений с учетом конкретных исторических рамок и конкретной исторической обстановки и в развитии;

- **принцип единства экономического процесса** - изучение отдельных явлений в совокупности с другими явлениями, имевшими место в изучаемый период и развивавшимися во времени, в их взаимосвязи и взаимообусловленности;

- **принцип социального подхода** - подразумевает необходимость учитывать интересы, традиции и психологию определенных классов, сословий, социальных слоев и групп, соотнесение классовых интересов с общечеловеческими, субъективный момент в практической деятельности правительств, партий и личностей;

- **принцип альтернативности** - допущение возможности многовариантного экономического развития, создание модели альтернативного развития путем сопоставления с аналогичными явлениями мировой истории, определяет степень вероятности осуществления того или иного события, позволяет увидеть неиспользованные возможности и извлечь уроки на будущее.

В курсе бакалавриата по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» используются **общенаучные методы**:

- описание, сравнение, анализ, синтез, индукция, дедукция, обобщение, аналогия, моделирование, построение гипотез, системно - структурный подход;

методы других наук :

- **конкретно-экономический метод** - описание фактов, явлений, событий для осуществления экономического исследования;

- **сравнительно-экономический метод** - изучение явления в контексте подобных явлений, разбросанных во времени и пространстве;

- **историко- генетический метод** - связан с изучением генезиса, т.е. зарождения и развития изучаемого явления;

- **ретроспективный метод** - последовательное проникновение в прошлое целью выявления причин событий;
- **типологический метод** - классификация объектов познания по избранному признаку (признакам) для более глубокого анализа;
- **хронологический метод** - изложение исторического материала в хронологической последовательности.

Самостоятельная работа представляет собой единство трех взаимосвязанных форм:

- внеаудиторная простая самостоятельная работа;
- аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя;
- внеаудиторная творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

Виды аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы:

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно рабочей программе учебной дисциплины.

На основании компетентного подхода к реализации профессиональных образовательных программ, видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование материала, выписки из текста, работа со справочниками, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций, подготовка реферата, тестирование и др.

- для формирования умений: решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы студентов:

1. работа над лекционным материалом;
2. работа над учебными пособиями, монографиями, научной периодикой;
3. изучение и конспектирование нормативного материала;
4. подготовка к семинарскому занятию и подготовка презентаций;
5. написание рефератов;
6. подготовка к тестированию;
7. участие в проведении конференций, круглых столов
8. подготовка к зачету, экзамену.

Чтобы развить положительное отношение студентов к внеаудиторной самостоятельной работе, следует на каждом ее этапе разъяснять цели работы, контролировать понимание этих целей студентами, постепенно формируя у них умение самостоятельной постановки задачи и выбора цели.

Работа с учебной литературой

Основная часть самостоятельной работы должна включать самоподготовку студентов с использованием учебной литературы согласно списку литературы, приведенному в Рабочей программе по указанной дисциплине. Студент должен самостоятельно освоить разделы, указанные в Рабочей программе для самостоятельной работы. Как правило, эти разделы включают в себя темы дисциплины, на которые в курсе читаемых лекций уделялось недостаточное внимание, либо эти разделы не включены в курс лекций, а должны осваиваться студентом самостоятельно. В разделы самостоятельной работы студентов также включаются наиболее сложные для понимания части дисциплины, требующие более детального и углубленного изучения и осмысления. Студент должен найти в учебной литературе соответствующую тему, прочитать ее и попытаться изложить устно или письменно основные положения или идеи прочитанного раздела. Далее студент должен составить сам письменно вопросы, отражающие основные положения разбираемой темы, и устно (или письменно) ответить на них. Во многих рекомендуемых учебных пособиях в конце каждого раздела имеются тесты или уже сформулированные вопросы, на которые студент должен самостоятельно ответить.

Работа с научно-популярной и научной литературой

Приветствуется работа студентов с научно-популярной литературой (брошюры, статьи в журналах, газетах, книги) по изучаемому разделу предмета, т. к. именно в ней обычно отражается наиболее современное понимание вопроса, перспективные тенденции развития и актуальные аспекты понимания темы, изложенные в доступной форме. Желательно научиться самостоятельно использовать научную литературу, уметь воспользоваться реферативными журналами для поиска интересующей темы, обращаться к научным монографиям и журналам.

Использование Интернета

Одним из эффективных путей совершенствования самостоятельной работы является использование студентом Интернет-ресурсов, основными достоинствами которых являются: возможность реализации принципа индивидуальной работы; наличие быстрой обратной связи; большие возможности наглядного предъявления материала; вариативный характер и проблемность ситуаций; активность обучающихся; креативность. Использование Интернет - ресурсов в учебно-познавательной деятельности студента в процессе самостоятельной работы является ориентированность на развитие интеллектуальных умений (владение приемами мыследеятельности, сформированность различных видов мышления: системность, проблемность, критичность, рефлексивность, гибкость, диалогичность) и исследовательских умений (анализировать, сравнивать, выдвигать гипотезу, осуществлять индукцию, дедукцию) студентов. В результате организации самостоятельной работы можно выделить уровни самореализации студентов в самостоятельной работе с использованием Интернет-ресурсов:

1. Уровень адаптивно- репродуктивный:

Самостоятельная работа является репродуктивной; отсутствует личностная ориентация на использование и развитие информационного, исследовательского, коммуникативного потенциала для решения учебнопознавательных задач и заданий; частое обращение за внешней детализирующей помощью к преподавателю или студентам; результат самостоятельной работы является более значимым, чем процесс; отсутствие устойчивой потребности в самоорганизации, самоуправлении, самореализации; обращение к Интернет-ресурсам эпизодическое.

2. Уровень проектировочно – поисковый:

Доминирует ситуативная активность; проектируются индивидуальные варианты организации и осуществления самостоятельной работы в зависимости от индивидуального уровня учебных и личностных достижений; обращение к Интернет-ресурсам для обеспечения субъект - субъектного диалога с преподавателем, самостоятельного нахождения научной информации, необходимой для решения задач, заданий, разрешения учебнопознавательных проблем; осуществляется поиск способов презентаций учебных и личностных достижений в образовательном процессе.

3. Уровень исследовательско- креативный:

Устойчивое развитие способности к перспективному целеполаганию в самостоятельной исследовательской учебно-познавательной деятельности; проявление надситуативной интеллектуальной инициативы и активности; способность вступать в конструктивный субъект - субъектный диалог с преподавателем, обеспечивающий расширение и углубление представлений о возможностях самостоятельной работы для личностного саморазвития; способность самостоятельно анализировать положительную динамику учебных и личностных достижений на основе рефлексивно-критического мышления; продуктивное использование Интернет-ресурсов. Уровни Характеристика Адаптивно- репродуктивный Самостоятельная работа является репродуктивной; отсутствует личностная ориентация на использование и развитие информационного, исследовательского, коммуникативного потенциала для решения учебнопознавательных задач и заданий; частое обращение за внешней детализирующей помощью к преподавателю или студентам; результат самостоятельной работы является более значимым, чем процесс; отсутствие устойчивой потребности в самоорганизации, самоуправлении, самореализации; обращение к Интернет-ресурсам эпизодическое.

Подготовка и презентация доклада

Назначение доклада

Доклад - это сообщение по заданной теме с целью вынести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развить навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Последовательность работы

Деятельность преподавателя: - выдает темы докладов; - определяет сроки подготовки доклада; - оказывает консультативную помощь студенту; - определяет объем доклада: 5-6 листов формата А4, включая титульный лист и содержание; - указывает основную литературу; - оценивает доклад и презентацию в контексте занятия. Деятельность студента: - собирает и изучает литературу по теме; - выделяет основные понятия; - вводит в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения; - оформляет доклад письменно и иллюстрирует компьютерной презентацией; - сдает на контроль преподавателю и озвучивает в установленный срок. Инструкция докладчикам и содокладчикам Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. Сложность в том, что докладчики и содокладчики должны знать и уметь: - сообщать новую информацию; - использовать технические средства; - знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации; - уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы; - четко выполнять установленный регламент: докладчик - 10 мин.; содокладчик - 5 мин. Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная, заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: - название презентации (доклада); - сообщение основной идеи; - современную оценку предмета изложения; - краткое перечисление рассматриваемых вопросов; - живую интересную форму изложения; - акцентирование оригинальности подхода. Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться

с материалами. При этом логическая структура теоретического блока должны сопровождаться иллюстрациями разработанной компьютерной презентации. Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

Методические указания по написанию и оформлению рефератов

Реферат - письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы

1. Выбор темы исследования. Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования включает следующие элементы:

- выбор и формулирование проблемы, разработка плана реферата;
- сбор и изучение исходного материала, поиск литературы;
- анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы;
- литературное оформление исследовательской проблемы;
- обсуждение работы (на семинаре, в студенческом научном обществе, на конференции).

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя:

- введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования;
- основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы;
- заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

3. Поиск и изучение литературы Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подобранный литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати. Подобранный литература изучается в следующем порядке:

- знакомство с литературой, просмотр ее и выборочное чтение с целью общего представления проблемы и структуры будущей научной работы;
- исследование необходимых источников, сплошное чтение отдельных работ, их изучение, конспектирование необходимого материала (при конспектировании необходимо указывать автора, название работы, место издания, издательство, год издания, страницу);
- обращение к литературе для дополнений и уточнений на этапе написания реферата. Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

Обработка материала

При обработке полученного материала автор должен:

- систематизировать его по разделам;
- выдвинуть и обосновать свои гипотезы;
- определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме;
- уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы;
- сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования;
- окончательно уточнить структуру реферата.

Оформление реферата

При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил:

- Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику.
- Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод).
- Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты.
- Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа выполняется на листах формата А4 (210*297мм) с указанием порядка листов (вверху, по центру) и с соблюдением трафаретов (полей):

- слева - 30 мм;
- справа - 15 мм;
- сверху - 20 мм;
- снизу - 20 мм. Текст реферата может быть выполнен как в рукописном виде, так и с применением средств оргтехники. При выполнении работы в рукописном виде почерк должен быть легко читаем, не содержать неуставленных сокращений и не создавать затруднений при проверке. (В приложении дается образец титульного листа).

Примерная тематика рефератов

1. Особенности менеджмента в сфере культуры.
2. Система механизмов менеджмента.
3. Механизмы передачи информации в учреждениях культуры. Признаки информационной системы менеджмента.
4. Понятие, сущность и основные компоненты организационной культуры.
5. Корпоративная культура. Фирменный стиль учреждений СКС.
6. Система разработки организационных документов «Устав», «Положение», «Договор», «Должностная инструкция» в учреждениях культуры.
7. Планирование социокультурной деятельности в современных условиях.
8. Виды и содержание планов в сфере культуры.
9. Разработка этапов планирования в учреждениях СКС.
10. Организация деятельности по управлению кадрами. Содержание и методы подбора компетентного персонала.
11. Требования к работникам сферы культуры.
12. Применение санкций, как определённой меры воздействия на подчиненных.
13. Особенности деятельности менеджера социально-культурной сферы.
14. Переподготовка и повышение квалификации персонала учреждений СКС.
15. Учёт и отчётность в сфере культуры.
16. Система контроля в учреждениях культуры.
17. Организация и проведения ревизии в учреждениях клубного типа.
18. Организационные отношения в коллективе.
19. Виды и методы стимулирования творческого персонала.
20. Содержание мотивации и виды мотивов.
21. Лидерство и социально-психологическое содержание руководства.
22. Виды стилей руководства.
23. Основные менеджерские характеристики. Управленческие способности.
24. Преодоление конфликтов в трудовом коллективе.

Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Особенности менеджмента в сфере культуры.
2. Система механизмов менеджмента.
3. Механизмы передачи информации в учреждениях культуры. Признаки информационной системы менеджмента.
4. Корпоративная культура. Фирменный стиль учреждений.
5. Планирование социокультурной деятельности в современных условиях.
6. Виды и содержание планов в сфере культуры.
7. Разработка этапов планирования в учреждениях.
8. Организация деятельности по управлению кадрами. Содержание и методы подбора компетентного персонала.
9. Требования к работникам сферы культуры.
10. Применение санкций, как определённой меры воздействия на подчиненных.
11. Особенности деятельности менеджера социально-культурной сферы.
12. Переподготовка и повышение квалификации персонала учреждений СКС
13. Учёт и отчётность в сфере культуры.
14. Система контроля в учреждениях культуры.
15. Организационные отношения в коллективе.
16. Виды и методы стимулирования творческого персонала.
17. Содержание мотивации и виды мотивов.
18. Лидерство и социально-психологическое содержание руководства.
19. Виды стилей руководства.
20. Основные менеджерские характеристики. Управленческие способности.
21. Преодоление конфликтов в трудовом коллективе.

Примерные темы творческих проектов студентов по предмету «Менеджмент и маркетинг в сфере НХК»

1. Разработка концепции публичного мероприятия (включая визуальное решение, пресс-релиз, презентацию, организацию, план осуществления этапов работы и примерную смету). Это могут быть:
 - фестивали искусств различного уровня
 - художественные выставки
 - музыкальные концерты
 - театральные выступления
 - литературные фестивали
2. Разработка концепции выездного творческого мероприятия (включая визуальное решение, пресс-релиз, презентацию, организацию, план осуществления этапов работы и примерную смету). Это могут быть:
 - симпозиумы и пленэры по различным видам искусств
 - творческие выездные школы
 - передвижные выставки с мастер-классами и другими мероприятиями направленными на развитие проекта
 - арт-резиденции по различным видам искусств
3. Разработка концепции научно-образовательного мероприятия в сфере искусства (включая визуальное решение, пресс-релиз, презентацию, организацию, план осуществления этапов работы и примерную смету). Это могут быть:
 - научно-практическая конференция связанная с актуальной проблематикой в сфере различных видов искусств
 - семинары, круглые стол, дискуссионные площадки и пр.

- сбор материалов, написание и публикация научной монографии в сфере искусства. При условии, что тематика актуальна и в проекте задействовано как минимум 5 человек узких специалистов в различных видах искусств.
- 4. Разработка концепции проекта в сфере искусства(включая визуальное решение, пресс-релиз, презентацию, организацию, план осуществления этапов работы и примерную смету) направленного на сохранение и структуризацию информации по значимым явлениям в различных сферах искусства а также на развитие коммуникативных способов освоения информации. Это могут быть:
 - сайты и базы данных музеев, фондов, выставочных залов, галерей, архивов и пр.
 - разработка новых форм он-лайн работы с информационными и культурными источниками
 - электронные ресурсы помогающие коммуникации отдельных групп художников, артистов, музыкантов и потенциальных потребителей их творчества
 - различного рода интернет платформы для развития коммуникативных и творческих связей, выставочной, театральной и концертной деятельности

8.2 Формы самостоятельной работы

Контроль над самостоятельной работой студентов

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
 - текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях и практических (семинарских) занятиях;
 - промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
 - самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
 - итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
 - контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.
- Наряду с традиционной формой контроля (зачет, экзамен) организация самостоятельной работы студентов производится на основе современных образовательных технологий. В качестве такой технологии рассматривается балльно - рейтинговая система комплексной оценки знаний студентов¹, позволяющая обучающемуся и преподавателю выступать в виде субъектов образовательной деятельности, т.е. являться партнерами. Рейтинговая система – это регулярное отслеживание качества усвоения знаний и умений в учебном процессе, выполнения планового объема самостоятельной работы. Введение многобалльной системы оценки позволяет, с одной стороны, отразить в балльном диапазоне индивидуальные особенности студентов, а с другой – объективно оценить в баллах усилия студентов, затраченные на выполнение отдельных видов работ.

9. 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. Библиотекой общей площадью 791 м², с фондом около 180000 единиц хранения печатных, электронных и аудиовизуальных документов, на 156 посадочных мест. В том числе:
 - читальные залы на 109 мест (из них 18 оборудованы компьютерами с возможностью доступа к локальным сетевым ресурсам института и библиотеки, а также выходом в интернет. Имеется бесплатный Wi-Fi)
 - зал каталогов – 7 мест;
 - фонотека 40 посадочных мест (из них: 7 оборудованы компьютерами с возможностью доступа к локальным сетевым ресурсам института и библиотеки, а также выходом в интернет. Имеется бесплатный Wi-Fi); 25 мест оборудованы аудио и видео аппаратурой). Фонд аудиовизуальных документов насчитывает более 5100 единиц хранения (CD, DVD диски, виниловые пластинки), более 13000 оцифрованных музыкальных произведений в mp3 формате для прослушивания в локальной сети института.

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. В вузе есть в наличии необходимый комплект лицензионного программного обеспечения. Учебные аудитории для групповых занятий имеют площадь 54 кв.м.

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 OPAC» и «Книгообеспеченность»), программный комплекс «Либер. Электронная библиотека», модуль «Поиск одной строкой для электронного каталога AbsOPACUnicode», модуль «SecView к программному комплексу «Либер. Электронная библиотека»