

20

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

Гуманитарный институт



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

Петровичева Е.М.

» 06 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

направление подготовки / специальность
51.03.01 Культурология

направленность (профиль) подготовки
Культурология

г. Владимир

2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», знания об экономике культуры как области производства культурных ценностей, о механизмах культурной политики, принципах и методах управления в сфере культуры. Курс предполагает ознакомление с общими принципами менеджмента и особенностями менеджмента в сфере культуры.

Задачи:

1. Сформировать у студентов навыков работы с нормативными документами, умение ориентироваться в литературе по менеджменту.
2. Изучить круг проблем, связанных с формированием культурной политики, государственным управлением процессами в сфере культуры, с принципами эффективной организации и управления предприятиями в сфере культуры.
3. Сформировать представления о стратегии и тактике бизнеса в сфере культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» относится к обязательной части учебного плана.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские, образовательные, художественно-творческие, другие программы в области культуры и искусства	<p>ПК-3.1 . Знает границы практического применения знаний в области культурологии в культурно-досуговой, культурно-просветительской, художественно-творческой, других видах деятельности.</p> <p>ПК-3.2. Умеет разрабатывать культурно-досуговые, образовательные, художественно-творческие, другие программы с заданными параметрами в области культуры и искусства, проработать этапы практической реализации</p>	<p>Знает основы практического применения знаний в области культурологии. Умеет разрабатывать программы. Владеет навыками разработки и реализации программ.</p>	<p>Рейтинговые задания Задания для самостоятельной работы Доклады</p>

	разработанных программ. ПК-3.3. Владеет навыками разработки и доработки различных программ; навыками реализации существующих программ; навыками практической коммуникативной, психолого-педагогической деятельности.		
--	--	--	--

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической		
1	Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.	5	1	2	2				
2	Экономика культуры, ее место и роль в системе экономических наук и экономики общественного сектора. «Культура и искусство» как отрасль национального хозяйства.	5	2		2		2	2	
3	Феномен менеджмента в сфере культуры. Теория менеджмента как практическая дисциплина обобщающая практику	5	3	2	2		2	2	

	оптимизации организации и управления. Эволюция управленческой мысли								
4	Культурная политика и национальные интересы. Проблема баланса интересов и механизмы согласования.	5	4		2		2		
5	Принципы и механизмы законодательной деятельности и работы исполнительных органов в сфере культуры.	5	5	2	2		4	2	
6	Принципы финансирования культуры. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.	5	6		2		2		Рейтинг-контроль 1
7	Нормы и процедуры взаимодействия государства и общества. Общество как равноправный участник диалога с государственными институтами: традиции и инновации.	5	7	2	2		2	2	
8	Структура общественных организаций: профессиональные объединения, союзы производителей и потребителей культурной продукции.	5	8		2			2	
9	Специфика РФ. Особенности работы учреждений культуры - кадры, традиции, ценности, мотивации.	5	9	2	2		2		
10	Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.	5	10		2			2	
11	Развитие культурной ситуации в РФ. Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.	5	11	2	2		2		
12	Основы организации хозяйственной и финансовой деятельности учреждений культуры.	5	12		2		2	2	
13	Организация и управление	5	13	2	2				

	учреждением (корпорацией): структура, кадры, процедуры. Организация взаимодействия с другими субъектами хозяйственной жизни.									
14	Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.	5	14		2			2	2	Рейтинг-контроль 2
15	Стратегия корпорации: анализ рынка, презентация новой продукции, управление изменениями, корпоративная культура, управление в кризисной ситуации.	5	15	2	2			2		
16	Анализ, постановка задачи, принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности.	5	16		2				2	
17	Маркетинговая среда и направления маркетинга в сфере культуры. Ценовая политика культурной организации.	5	17	2	2			2		
18	Основные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры. Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.	5	18		2					Рейтинг-контроль 3 Зачет
Всего за 5 семестр:		5	1-18	18	36			26	18	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР								26	18	Зачет
Итого по дисциплине		5	18	18	36			26	18	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Понятие государственного управления.

Тема 1. Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.

Тема 2. Феномен менеджмента в сфере культуры.

Теория менеджмента как практическая дисциплина обобщающая практику оптимизации организации и управления. Эволюция управленческой мысли.

Тема 3. Механизмы законодательства в сфере культуры.

Принципы и механизмы законодательной деятельности и работы исполнительных органов в сфере культуры.

Тема 4. Нормы и процедуры взаимодействия государства и общества.

Общество как равноправный участник диалога с государственными институтами: традиции и инновации.

Тема 5. Специфика РФ.

Особенности работы учреждений культуры - кадры, традиции, ценности, мотивации.

Тема 6. Развитие культурной ситуации в РФ.

Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.

Тема 7. Организация и управление учреждением (корпорацией).

Структура, кадры, процедуры. Организация взаимодействия с другими субъектами хозяйственной жизни.

Тема 8. Стратегия корпорации.

Анализ рынка, презентация новой продукции, управление изменениями, корпоративная культура, управление в кризисной ситуации.

Тема 9. Маркетинговая среда и направления маркетинга в сфере культуры.

Ценовая политика культурной организации.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.

Тема 2. Экономика культуры, ее место и роль в системе экономических наук и экономики общественного сектора. «Культура и искусство» как отрасль национального хозяйства.

Тема 3. Феномен менеджмента в сфере культуры.

Теория менеджмента как практическая дисциплина обобщающая практику оптимизации организации и управления. Эволюция управленческой мысли.

Тема 4. Культурная политика и национальные интересы. Проблема баланса интересов и механизмы согласования.

Тема 5. Механизмы законодательства в сфере культуры.

Принципы и механизмы законодательной деятельности и работы исполнительных органов в сфере культуры.

Тема 6. Принципы финансирования культуры. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.

Тема 7. Нормы и процедуры взаимодействия государства и общества.

Общество как равноправный участник диалога с государственными институтами: традиции и инновации.

Тема 8. Структура общественных организаций: профессиональные объединения, союзы производителей и потребителей культурной продукции.

Тема 9. Специфика РФ.

Особенности работы учреждений культуры - кадры, традиции, ценности, мотивации.

Тема 10. Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.

Тема 11. Развитие культурной ситуации в РФ.

Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.

Тема 12. Основы организации хозяйственной и финансовой деятельности учреждений культуры.

Тема 13. Организация и управление учреждением (корпорацией).

Структура, кадры, процедуры. Организация взаимодействия с другими субъектами хозяйственной жизни.

Тема 14. Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.

Тема 15. Стратегия корпорации.

Анализ рынка, презентация новой продукции, управление изменениями, корпоративная культура, управление в кризисной ситуации.

Тема 16. Анализ, постановка задачи, принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности.

Тема 17. Маркетинговая среда и направления маркетинга в сфере культуры.
Ценовая политика культурной организации.

Тема 18. Основные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры.
Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Рейтинг-контроль №1

1. Экономика культуры как сфера народного хозяйства. Ресурсный потенциал культуры и культурной деятельности
2. Особенности содержания и характера труда в сфере культуры
3. Проблематика менеджмента.
4. Теория менеджмента - практическая дисциплина обобщающая практику оптимизации организации и управления.
5. Менеджмент культуры как необходимый элемент профессиональной подготовки.
6. Управление культурой и управление организацией в сфере культуры.
7. Возникновение культурной политики. Существующие модели культурной политики.

8. Категория национальных интересов, специфика интересов в сфере культуры.

9. Законодательная ветвь культурной политики. Общенациональный уровень.

Региональный уровень.

10. Исполнительная ветвь культурной политики. Общенациональный уровень.

Региональный уровень.

11. Финансирование сферы культуры.

12. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.

Рейтинг-контроль №2

1. Планирование в организациях культуры

2. Общество как равноправный участник диалога с государственными институтами.

Нормы и процедуры взаимодействия государственной поддержки культуры и искусства в современных условиях

3. Экономические формы государственной поддержки культуры и искусства в современных условиях

4. Основные формы экономического регулирования в сфере культуры

5. Законодательные основы экономического регулирования в сфере культуры

6. Структура общественных организаций - профессиональные объединения, союзы производителей и потребителей культурной продукции.

7. Этнические, конфессиональные, землячества, заявляющие культурную составляющую.

8. Политические партии и движения в социокультурном контексте.

9. Цивилизационная специфика РФ и задачи культурного процесса.

10. Региональная специфика РФ. Интересы субъектов федерации, их специфика.

Проблема баланса интересов. Механизмы согласования.

11. Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.

12. Связь деятельности корпорации с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.

13. Развитие культурной ситуации в РФ. Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.

Рейтинг-контроль № 3

1. 1. Организация и управление учреждением (корпорацией): структура, кадры, процедуры.

2. Стратегия корпорации.

3. Принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности работы учреждения.

4. Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.

5. Составляющие комплекса маркетинга и важнейшие факторы, влияющие на маркетинговую деятельность в сфере культуры.

6. Направления маркетинга культурной организации.

7. Структура доходов организаций культуры. Основные ценообразующие факторы.

8. Ценовая политика в сфере культуры.

9. Современные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры.

10. Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.

5.2. Промежуточная аттестация

Вопросы к зачету:

1. Экономика культуры как сфера народного хозяйства. Ресурсный потенциал культуры и культурной деятельности
2. Особенности содержания и характера труда в сфере культуры
3. Общие и специфические черты организаций культуры как хозяйствующих субъектов.
4. Отношения собственности в сфере культуры.
5. Проблематика менеджмента.
6. Теория менеджмента - практическая дисциплина обобщающая практику оптимизации организации и управления.
7. Менеджмент культуры как элемент профессиональной подготовки.
8. Управление культурой и управление организацией в сфере культуры.
9. Модели культурной политики: история и современность.
10. Категория национальных интересов, специфика интересов в сфере культуры.
11. Принципы и механизмы законодательной деятельности в сфере культуры.
12. Принципы и механизмы работы исполнительных органов в сфере культуры. Общенациональный уровень. Региональный уровень.
13. Финансирование сферы культуры. Общенациональный уровень. Региональный уровень.
14. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.
15. Виды (типы) государственных (муниципальных) организаций культуры и их роль в современной экономике.
16. Основная деятельность некоммерческой организации культуры.
17. Программы культурного развития.
18. Планирование в организациях культуры.
19. Основные тенденции финансирования сферы культуры в России.
20. Структура доходов организаций культуры.
21. Основные ценообразующие факторы на культурные услуги.
22. Ценовая политика в сфере культуры.
23. Основные формы экономического регулирования в сфере культуры.
24. Формы государственной поддержки культуры и искусства в современных условиях.
25. Основные формы экономического регулирования в сфере культуры
26. Структура общественных организаций - профессиональные объединения, союзы производителей и потребителей культурной продукции.
27. Политические партии и движения в социокультурном контексте.
28. Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.
29. Связь деятельности корпорации с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.
30. Развитие культурной ситуации в РФ. Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.
31. Организация и управление учреждением (корпорацией): структура, кадры, процедуры.
32. Стратегия корпорации.
33. Принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности работы учреждения.
34. Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.
35. Составляющие комплекса маркетинга и важнейшие факторы, влияющие на маркетинговую деятельность в сфере культуры.

36. Направления маркетинга культурной организации.
37. Структура доходов организаций культуры. Основные ценообразующие факторы.
38. Ценовая политика в сфере культуры.
39. Современные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры
40. Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.
41. Существующие модели и концепции культурной политики.
42. Практика управления культурой в современных государствах Европы.
43. Модели культурной политики и менеджмента культуры в дореволюционной России и СССР.
44. Модели культурной политики и менеджмента культуры в современной России.

5.3. Самостоятельная работа студента по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» включает в себя следующие виды деятельности:

1. Специфика экономических отношений в сфере культуры
2. История становления экономики культуры как особой научной дисциплины
3. Инфраструктура культурной деятельности
4. Организация культуры как хозяйствующий субъект
5. Правовой статус организаций культуры
6. Специфика некоммерческих организаций культуры
7. Отношения собственности в сфере культуры
8. Взаимосвязь собственности, права и хозяйственной деятельности в сфере культуры
9. Взаимосвязь политики государства в области культуры и отношений собственности

10. Специфика процессов разгосударствления в сфере культуры
11. Особенности процессов приватизации в сфере культуры
12. Система хозяйствования в культуре: основные элементы, этапы эволюции
13. Взаимосвязь экономики культуры и культурной политики в государстве
14. Фандрейзинг: теория и практика
15. Предпринимательская деятельность в сфере культуры
16. Структура доходов и расходов организаций культуры
17. Принципы и механизмы законодательной деятельности в сфере культуры.
18. Анализ практики законодательной деятельности сложившейся в РФ.
19. Принципы и механизмы работы исполнительных органов в сфере культуры.
20. Анализ практики работы исполнительных органов сложившейся в РФ.
21. Культурная политика как разрешение задачи оптимизации.
22. Программы культурного развития (федеральные, региональные, территориальные – на выбор) как инструмент реализации культурной политики.

Контроль за выполнением самостоятельной работы выполняется в рамках практических занятий, промежуточного и текущего контролей.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС

Основная литература*		
1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 433 с. - ISBN 978-5-394-03753-5	2020	https://znanium.com/catalog/product/1091105
2. Ореховская, Н. А. Социальные коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 224 с.: ил.;- (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-387-9.	2019	https://znanium.com/catalog/product/996152
3. Юдина, А.И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности : учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень) выпускника «магистр» / А.И. Юдина. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. - 127 с. - ISBN 978-5-8154-0425-0.	2018	https://znanium.com/catalog/product/1041238
Дополнительная литература		
1. Управление качеством социально-культурной деятельности : практикум по дисциплине для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / сост. А. С. Тельманова. - Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. - 51 с. - ISBN 978-5-8154-0473-1.	2018	https://znanium.com/catalog/product/1154363
2. Черняк, Е. Ф. Рекламно-презертационная деятельность в праздничных формах культуры : курс лекций для обучающихся по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Е. Ф. Черняк ; Кемеров. гос. ин-т культуры. - Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2019. - 160 с. - ISBN 978-5-8154-0489-2.	2019	https://znanium.com/catalog/product/1154371
3. Романов, Е. В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Е. В. Романов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 160 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005135-2.	2019	https://znanium.com/catalog/product/994456

6.2. Периодические издания

1. Туристические маршруты и программы. - 2018-2020.

6.3. Интернет-ресурсы

1. Библиотека менеджмента - <http://management-rus.ru/ssil.php>.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специально оборудованные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Практические работы проводятся в мультимедийной аудитории 216а-2. Имеется необходимое для обучения лицензионное программное обеспечение, демонстрационные приборы, мультимедийные средства.

Рабочую программу составил к.и.н., доцент Соловьева В.В. Сваф
(ФИО, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя)

Ин. реф. ВСМЗ З.И. Карюкова З.И.
(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Истории, археологии и краеведения
Протокол № 8 от 24.06.21 года

Заведующий кафедрой Тихонов А.К.

Тихонов
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 51.03.01 «Культурология»

Протокол № 8 от 24.06.21 года

Председатель комиссии Тихонов А.К.

Тихонов
(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20____ / 20____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
 в рабочую программу дисциплины
Менеджмент и маркетинг в сфере культуры
 образовательной программы направления подготовки 51.03.01 «Культурология»,
 направленность: бакалавриат

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнител ь ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Заведующий кафедрой _____ / _____

Подпись

ФИО