

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)



УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 28 » 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ
(наименование дисциплины)

Направление подготовки **51.03.04 «Музеология и охрана объектов культурного и
природного наследия»**

Профиль/программа подготовки – **Музеология**

Уровень высшего образования **бакалавриат**

Форма обучения **очная**

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экз./зачет/зачет с оценкой)
6	2/72	12	24		36	зачет
Итого	2/72	12	24		36	зачет

Владимир 2020

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.04 «Музеология и охрана объектов культурного наследия», знаний 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.

Задачами освоения дисциплины являются формирование у студентов навыков работы с нормативными документами, умение ориентироваться в литературе по менеджменту; изучение круга проблем, связанных с формированием культурной политики, государственным управлением процессами в сфере культуры, с принципами эффективной организации и управления предприятиями в сфере культуры; создание представления о стратегии и тактике бизнеса в сфере культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

Пререквизиты дисциплины: «Основы законодательства по охране объектов культурного наследия в России и за рубежом», «История и методология охраны и реставрации объектов культурного наследия в России и за рубежом», «Исследования культуры в современном мире», «Современные исследования культуры в России», и др.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
УК-1	частичное	<u>Знать:</u> основы поиска, критического анализа <u>Уметь:</u> осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач <u>Владеть:</u> навыками системного подхода
УК-2	частичное	<u>Знать:</u> правовые нормы в сфере культуры <u>Уметь:</u> определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и

		ограничений Владеть: навыками осуществления выбора оптимальных решений
ПК-10	частичное	<u>Знать:</u> культурно-образовательные программы в системе музейных учреждений, культурных центров, экскурсионных и туристических фирм <u>Уметь:</u> применять теоретические и методологические основы в образовательной деятельности <u>Владеть:</u> навыками разработки и реализации программ

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/ тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.	6	1		2		2	2/100	
2	Экономика культуры, ее место и роль в системе экономических наук и экономики общественного сектора. «Культура и искусство» как отрасль национального хозяйства.	6	2		2		2		
3	Феномен менеджмента в сфере культуры. Теория менеджмента как практическая дисциплина	6	3	2			2	2/100	

	обобщающая практику оптимизации организации и управления. Эволюция управленческой мысли								
4	Культурная политика и национальные интересы. Проблема баланса интересов и механизмы согласования.	6	4		2		2		
5	Принципы и механизмы законодательной деятельности и работы исполнительных органов в сфере культуры.	6	5		2		2	2/100	
6	Принципы финансирования культуры. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.	6	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.	6	7	2			2		
8	Структура общественных организаций: профессиональные объединения, союзы производителей и потребителей культурной продукции.	6	8		2		2	2/100	
9	Специфика РФ. Особенности работы учреждений культуры - кадры, традиции, ценности, мотивации.	6	9	2			2		
10	Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.	5	10		2		2	2/100	
11	Развитие культурной ситуации в РФ. Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.	6	11	2			2		
12	Основы организации хозяйственной и финансовой деятельности учреждений культуры.	6	12		2		2	2/100	

13	Организация и управление учреждением (корпорацией): структура, кадры, процедуры. Организация взаимодействия с другими субъектами хозяйственной жизни.	6	13	2		2			
14	Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.	6	14		2	2	2/100	Рейтинг-контроль № 2	
15	Стратегия корпорации: анализ рынка, презентация новой продукции, управление изменениями, корпоративная культура, управление в кризисной ситуации.	6	15	2		2			
16	Анализ, постановка задачи, принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности.	6	16		2	2	2/100		
17	Маркетинговая среда и направления маркетинга в сфере культуры. Ценовая политика культурной организации.	6	17		2	2			
18	Основные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры. Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.	6	18		2	2	2/100	Рейтинг-контроль № 3	
Всего за 3 семестр:		6	1-18	12	24		36	18/50	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине		6	18	12	24		36	18/50	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Феномен менеджмента в сфере культуры.

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

Тема 2. Нормы и процедуры взаимодействия государства и общества.

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

Тема 3. Специфика РФ.

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

Тема 4. Развитие культурной ситуации в РФ.

Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.

Тема 5. Организация и управление учреждением (корпорацией).

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

Тема 6. Стратегия корпорации.

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

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

Тема 4. Механизмы законодательства в сфере культуры.

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

Тема 5. Принципы финансирования культуры. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.

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

Тема 7. Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.

Тема 8. Основы организации хозяйственной и финансовой деятельности учреждений культуры.

Тема 9. Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.

Тема 10. Анализ, постановка задачи, принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности.

Тема 11. Маркетинговая среда и направления маркетинга в сфере культуры.
Ценовая политика культурной организации.

Тема 12. Основные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры.
Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (тема № 3, 7, 9, 11, 13, 15);*
- *Групповая дискуссия (тема №1-18).*

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

Примерный вариант заданий к рейтинг-контролю № 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.

Примерный вариант заданий к рейтинг-контролю № 2

1. Планирование в организациях культуры

2. Общество как равноправный участник диалога с государственными институтами. Нормы и процедуры взаимодействия государства и общества.
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.

Примерный вариант заданий к рейтинг-контролю № 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.

Контрольные вопросы для проведения зачета:

1. 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.
- Общенациональный уровень. Региональный уровень.
12. Принципы и механизмы работы исполнительных органов в сфере культуры.
- Общенациональный уровень. Региональный уровень.
13. Финансирование сферы культуры
 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.

Самостоятельная работа студента по дисциплине «*Менеджмент и маркетинг в сфере культуры*» включает в себя:

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 средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине «*Менеджмент и маркетинг в сфере культуры*» оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, издательство	Год	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			

<p>1. 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. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1041238 (дата обращения: 18.11.2020).</p>	2018	-	https://znanium.com/catalog/product/1041238
<p>2. 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. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091105 (дата обращения: 18.11.2020).</p>	2020	-	https://znanium.com/catalog/product/1091105
<p>3. 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. - Текст : электронный. - URL:</p>	2019	-	https://znanium.com/catalog/product/996152

https://znanium.com/catalog/product/996152 (дата обращения: 18.11.2020).			
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. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1154363 (дата обращения: 18.11.2020).	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. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1154371 (дата обращения: 18.11.2020).	2019	-	https://znanium.com/catalog/product/1154371

<p>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. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/994456 (дата обращения: 18.11.2020).</p>	<p>2019</p>	<p>-</p>	<p>https://znanium.com/catalog/product/994456</p>
--	-------------	----------	--

7.2. Периодические издания

Туристические маршруты и программы. 2016-2020

7.3. Интернет-ресурсы

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

8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного и практического типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.*

Практические/лабораторные работы проводятся в аудитории 213-2.

Рабочую программу составил к.и.н., доцент Соловьева В.В. В.В. Соловьева

Рецензент

(представитель работодателя) Директор ФГУ ВО, ГАВО г.п. Магнитогорск
(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры истории, археологии и краеведения

Протокол № 1 от 28.08.2020 года

Заведующий кафедрой Тихонов А.К. (Тихонов А.К.)
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 51.03.04 «Музеология и охрана объектов культурного наследия»

Протокол № 1 от 28.08.20 года

Председатель комиссии Тихонов А.К. (Тихонов А.К.)
(ФИО, подпись)