

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.04.01 Культурология, 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

В структуре основной профессиональной образовательной программы магистратуры направления подготовки 51.04.01 Культурология курс «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» занимает важное место среди дисциплин по выбору.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» имеет логические и содержательно-методологические взаимосвязи с такими дисциплинами ОПОП, как «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. Студенты получают целостное представление об обширном круге проблем, связанных с формированием культурной политики, государственным управлением процессами в сфере культуры, принципами эффективной организации и управления предприятиями в сфере культуры, о сфере национальных интересов в области культуры (механизмах формирования, обсуждения и коррекции сложившихся доктрин, политических регулятивах, о законодательной и исполнительной ветвях культурной политики, о международных и внутрirosсийских организациях выступающих в качестве субъектов, влияющих на формирование и реализацию политики в области культуры и др.).

Таким образом, включение данной дисциплины в учебный план направления подготовки 51.04.01 Культурология представляется вполне обоснованным.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Знания и опыт, полученные студентами в ходе изучения предмета будут востребованы и найдут практическое применение в профессиональной деятельности. В результате освоения дисциплины обучающийся должен: **1) Знать:**

- пользоваться нормативными документами, определяющими параметры проведения работ в сферах социокультурной деятельности (ПК-11);

2) Уметь:

- использовать на практике умения и навыки организации исследовательских и проектных работ, управления коллективом (ОК-5);
- проявлять инициативу, готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-6);
- руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-6);

3) Владеть:

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-2);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-3);
- готовностью к экспертно-консультационной работе (ПК-12).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

№ п/п	Раздел (тема) 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 (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы,	СРС	КП / КР		
1	Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.	1	1	-	2	-	-	4	-	1/50%	

2	Экономика культуры, ее место и роль в системе экономических наук и экономики общественного сектора. «Культура и искусство» как отрасль национального хозяйства.	1	2	-	2	-	-	4	-	1/50%	
3	Феномен менеджмента в сфере культуры. Теория менеджмента как практическая	1	3	-	2	-	-	4	-	1/50%	

	дисциплина обобщающая практику оптимизации организации и управления. Эволюция управленческой мысли										
4	Культурная политика и национальные интересы. Проблема баланса интересов и механизмы согласования.	1	4	-	2	-	-	4	-	1/50%	
5	Принципы и механизмы законодательной деятельности и работы исполнительных органов в сфере культуры.	1	5	-	2	-	-	4	-	1/50%	

6	Принципы финансирования культуры. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.	1	6	-	2	-	-	4	-	1/50%	Рейтинг-контроль №1
7	Нормы и процедуры взаимодействия государства и общества. Общество как равноправный участник диалога с государственными институтами: традиции и инновации.	1	7	-	2	-	-	4	-	1/50%	
8	Структура общественных организаций: профессиональные объединения, союзы производителей и потребителей культурной продукции.	1	8	-	2	-	-	4	-	1/50%	
9	Специфика РФ.	1	9	-	2	-	-	4	-	1/50%	

	Особенности работы учреждений культуры - кадры, традиции, ценности, мотивации.										
10	Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.	1	10	-	2	-	-	4	-	1/50%	

11	Развитие культурной ситуации в РФ. Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.	1	11	-	2	-	-	4	-	1/50%	
12	Основы организации хозяйственной и финансовой деятельности учреждений культуры.	1	12	-	2	-	-	4	-	1/50%	Рейтинг-контроль №2
13	Организация и управление учреждением (корпорацией): структура, кадры, процедуры. Организация взаимодействия с другими субъектами хозяйственной жизни.	1	13	-	2	-	-	4	-	1/50%	
14	Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.	1	14	-	2	-	-	4	-	1/50%	
15	Стратегия корпорации: анализ рынка, презентация новой продукции, управление изменениями, корпоративная	1	15	-	2	-	-	4	-	1/50%	
	культура, управление в кризисной ситуации.										

16	Анализ, постановка задачи, принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности.	1	16	-	2	-	-	4	-	1/50%	
17	Маркетинговая среда и направления маркетинга в сфере культуры. Ценовая политика культурной организации.	1	17	-	2	-	-	4	-	1/50%	
18	Основные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры. Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.	1	18	-	2	-	-	4	-	1/50%	Рейтинг-контроль №3
Всего			18		36	-	-	72	-	18 /50%	Экзамен (36 ч)

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Основные виды учебной работы по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры»: практические занятия с применением ИКТ, самостоятельная работа студентов. Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, ролевых игр, разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Согласно требованиям ФГОС ВО занятия, проводимые в интерактивной форме не менее 40 % всех аудиторных занятий по дисциплине. Не менее 50 % отводится на СРС. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, в рамках курса «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» составляет 50 %. Широко используются видеоматериалы, электронные протфолио, слайд-шоу, разнообразные наглядные учебные пособия (раздаточный материал). В рамках преподавания учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» возможно применение следующих методов обучения: проблемное обучение, учебные дискуссии, эвристические беседы, опережающая самостоятельная работа студентов, самостоятельная работа с дополнительной литературой, анализ ситуаций (при этом возможно использование учебных кейсов), деловые игры, сопровождение лекционного курса мультимедиа. Наилучший результат обучения достигается при комплексном применении различных методов и дидактических средств.

Изучение дисциплины предусматривает индивидуальную работу студентов над темами курса. Результаты могут быть представлены в виде докладов на практических занятиях, «круглых столов», посвященных определенной заранее проблематике, аналитических справок и т.д. К числу основных задач курса относится получение студентами навыков постановки и решения познавательных проблем.

Предполагается обсуждение представленных студентами сообщений, что, помимо прочего, приучает аудиторию к участию в научных дискуссиях, прививает студентам культуру творческого спора. Важно, чтобы студенты осознавали необходимость своих выступлений как источника информации для аудитории, а также необходимость участия в критическом обсуждении освещаемых докладчиком вопросов. В методическом плане такая форма проведения занятий позволяет существенно пополнить материал курса, активизировать работу студентов в течение семестра, формирует в студентах способность объективно оценивать свою и чужую работу и стремление выполнять ее качественно.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателей (консультации при написании курсовой работы, помощь в выполнении практических заданий), индивидуальную работу студента с ПК и в сети INTERNET (разработка индивидуальных электронных портфолио, мультимедиа презентации), работу в научной библиотеке ВлГУ, в областной научной библиотеке. Самостоятельная работа может включать работу с источниками, а также посещение музейных и экспозиций и выставок (г. Владимира и области). В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

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

Основным оценочным средством текущего контроля успеваемости является рейтинг-контроль

Вопросы рейтинг-контроля 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 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.

Рейтинг-контроль № 3

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.

Структура мультимедиа презентации (демонстрация мультимедиа сопровождается устным выступлением студента)

1. Цели и задачи проекта
2. Основные разделы (план)
3. Каждый раздел включает: терминология, краткая аннотация, фотоматериалы, таблицы, схемы и пр.
4. Вывод
5. Список использованной литературы и электронных источников

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. 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.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

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.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

А) основная литература (библиотека ВлГУ)

1 Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебное пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов; Под ред. М.П. Переверзева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 192 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006927-2, 300 экз.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=414040> 2. Региональная повседневная культура:

Учебное пособие / Н.В. Алехина, Л.Ю.

Лепешкина, Н.В. Овсянникова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 263 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006497-0, 300 экз.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=394279>

3. Мухамедиева С.А. Экономика культуры [Электронный ресурс] / Мухамедиева С.А.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2013.— 84 с Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29727>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

б) дополнительная литература

1. Ноздренко, Е. А. Система культуры: новые детерминанты. Реклама как фактор современного культурно-исторического процесса [Электронный ресурс] / Е. А. Ноздренко, Н. П. Копцева. - Касноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2011. - 156 с. - ISBN 978-5-7638-2064-5. <http://znanium.com/bookread2.php?book=443140>
2. Минервин И.Г. Культура и этика в экономике [Электронный ресурс]: социокультурные факторы экономического роста/ Минервин И.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2011.— 244 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22487>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Мухамедиева С.А. Экономика социально-культурной сферы [Электронный ресурс]— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012.— 130 с. <http://www.iprbookshop.ru/22124>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

в) интернет-ресурсы

1. <http://docs.cntd.ru/document/9005213> – Закон Российской Федерации. Основы законодательства Российской Федерации о культуре (с изменениями на 28 ноября 2015 года) (редакция, действующая с 1 января 2016 года)
2. www.mkrf.ru – сайт Министерства культуры РФ (см. в т.ч. базовое законодательство).
3. <http://www.mkstat.ru/indicators/> - сервер отраслевой статистики Министерства культуры РФ (см. основные показатели отрасли)

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины использованы:

Электронные мультимедийные средства обучения: это различные презентации к лекционным и практическим занятиям, а также видеофильмы на CD, DVD, VHS.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины использованы также наборы слайдов по темам:

1. Культура как сфера экономических отношений;
2. Отношения собственности в культуре;
3. Планирование, финансирование, ценообразование и оплата труда в сфере культуры
4. Государственная политика в сфере культуры.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 51.04.01 – культурология профиль «Охрана объектов культурного наследия»

Рабочую программу составил кандидат исторических наук, доцент Соловьева В.В.

Рецензент

(представитель работодателя)

Заведующий кафедрой и член комиссии ГБУК ВО. Училище
(Сидорова Н.В.)
(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры _____

Протокол № 6 от 26.01.2016 года

Заведующий кафедрой _____

(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 51.04.01 Культурология

Протокол № 6 от 26.01.2016 года

Председатель комиссии _____

(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**


Рабочая программа одобрена на 2016-2017 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.16 года

Заведующий кафедрой  / Могоренко С.В. /


Рабочая программа одобрена на 2017-18 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.17 года

Заведующий кафедрой  / Могоренко С.В. /

Рабочая программа одобрена на 2018-19 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.18 года

Заведующий кафедрой  / Могоренко С.В. /