

1.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры этики, культурологии и
связей с общественностью
протокол от 05 июня 2020 г. № 7

Согласовано:
Председатель УМК факультета философии и
социологии

Зав. кафедрой  Л.А. Иткулова

 /З.Н. Хабибуллина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

дисциплина **Менеджмент и маркетинг в сфере культуры**

Вариативная

программа бакалавриата Направление
подготовки (специальность) 51.03.01 -
Культурология

Направленность (профиль) подготовки
Управление в сфере культуры

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель)
Доцент кафедры
этики, культурологии и связей с общественностью, к.пол.н.

 Насырова Е.В.

Для приема 2020 г.

Уфа 2020 г.

Составитель / составители: Насырова Елена Валерьевна

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью протокол от 05 июня 2020 г. № 7

Зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой _____ / Л.А. Иткулова/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций¹ (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	ПК- 4 Способен управлять практической реализацией социокультурных проектов и программ в социокультурной сфере	ПК 4.1. Знать: основы менеджмента в социокультурной сфере; специфику современной организационной культуры.	Знать теоретические основы управления в социокультурной сфере, основные методы разработки управленческих решений с учетом специфики деятельности
		ПК 4.2. Уметь: организовывать и координировать совместную работу, взаимодействие между различными подразделениями и организациями; контролировать и оценивать результаты деятельности.	Уметь разрабатывать организационно-управленческие программы с опорой на теоретические знания об особенностях социокультурной сферы.
		ПК 4.3 Владеть: навыками составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.	Владеть: навыками составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.
	ПК- 8 Способен применять на практике знание теоретических основ организационно-управленческой работы в социокультурной сфере	ПК 8.1. Знать: теоретические основы управления в социокультурной сфере	Знать: теоретические основы управления в социокультурной сфере

¹ Указывается только для УК и ОПК (при наличии).

		ПК 8.2. Уметь: применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Уметь: применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.
		ПК8.3. Владеть: навыками применения на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Владеть: навыками применения на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Курс нацелен на изучение теоретических основ и овладение практическими навыками управленческой деятельности в учреждениях культурной сферы.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотношенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ПК 4.1. Знать: основы менеджмента в социокультурной сфере; специфику современной организационной культуры.	Знать теоретические основы управления в социокультурной сфере, основные методы разработки управленческих решений с учетом специфики деятельности	Не сформированы знания теоретических основ управления в социокультурной сфере, основных методов разработки управленческих решений с учетом специфики деятельности	Сформированы фрагментарные знания теоретических основ управления в социокультурной сфере, основных методов разработки управленческих решений с учетом специфики деятельности	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях теоретических основ управления в социокультурной сфере, основных методов разработки управленческих решений с учетом специфики деятельности.	Сформированы комплексные и систематические знания теоретических основ управления в социокультурной сфере, основных методов разработки управленческих решений с учетом специфики деятельности
ПК 4.2. Уметь: организовывать и координировать совместную работу, взаимодействие между различными подразделениями и организациями; контролировать и	Уметь: организовывать и координировать совместную работу, взаимодействие между различными подразделениями и организациями;	Не сформированы умения организовывать и координировать совместную работу, взаимодействие между различными подразделениями и организациями; контролировать и оценивать результаты деятельности	Сформированы начальные умения организовывать и координировать совместную работу, взаимодействие между различными подразделениями и организациями; контролировать и оценивать результаты деятельности	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях организовывать и координировать совместную работу, взаимодействие между различными подразделениями и организациями; контролировать и оценивать	Сформированы на высоком уровне умения организовывать и координировать совместную работу, взаимодействие между различными подразделениями и организациями;

оценивать результаты деятельности	контролировать и оценивать результаты деятельности.			результаты деятельности	контролировать и оценивать результаты деятельности умения
ПК 4.3 Владеть: навыками составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.	Владеть: навыками составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.	Не сформированы навыки составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.	Сформированы только базовые навыки составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.	В целом владеет но имеются пробелы в овладении навыками составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.	Владеет навыками составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.
ПК 8.1. Знать: теоретические основы управления в социокультурной сфере	Знать: теоретические основы управления в социокультурной сфере	Не сформированы знания теоретических основ управления в социокультурной сфере	Сформированы фрагментарные знания теоретических основ управления в социокультурной сфере	В целом сформированы, но имеются отдельные пробелы в знаниях теоретических основ управления в социокультурной сфере	Сформированы знания теоретических основ управления в социокультурной сфере
ПК 8.2. Уметь: применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Уметь: применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Не сформированы умения применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Сформированы начальные умения применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Сформированы на высоком уровне умения применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.
ПК8.3. Владеть: навыками применения на практике знание теоретических	Владеть: навыками применения на практике знание теоретических	Не сформированы навыки применения на практике знания теоретических основ управления в	Сформированы только базовые навыки применения на практике знания теоретических основ управления в социокультурной сфере.	В целом сформированы но имеются отдельные пробелы в овладении навыками применения	Владеет навыками применения на практике знания теоретических основ

х основ управления в социокультурной сфере.	основ управления в социокультурной сфере.	социокультурной сфере.		на практике знания теоретических основ управления в социокультурной сфере.	управления в социокультурной сфере.
---	---	------------------------	--	--	-------------------------------------

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (*для зачета*: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК 4.1. Знать: основы менеджмента в социокультурной сфере; специфику современной организационной культуры.	Знать теоретические основы управления в социокультурной сфере, основные методы разработки управленческих решений с учетом специфики деятельности	Доклад, устный опрос
ПК 4.2. Уметь: организовывать и координировать совместную работу, взаимодействие между различными подразделениями и организациями; контролировать и оценивать результаты деятельности.	Уметь разрабатывать организационно-управленческие программы с опорой на теоретические знания об особенностях социокультурной сферы.	Доклад, устный опрос

ПК 4.3 Владеть: навыками составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.	Владеть: навыками составления должностных инструкций, планов, графиков, отчетов для координации, контроля и оценки этапов реализации социокультурных проектов и программ.	Доклад, устный опрос
ПК 8.1. Знать: теоретические основы управления в социокультурной сфере	Знать: теоретические основы управления в социокультурной сфере	Доклад, устный опрос
ПК 8.2. Уметь: применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Уметь: применять знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Доклад, устный опрос
ПК8.3. Владеть: навыками применения на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Владеть: навыками применения на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере.	Доклад, устный опрос

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (*для экзамена*: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10; *для зачета*: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

(*для экзамена*:

- от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;
- от 60 до 79 баллов – «хорошо»;
- от 80 баллов – «отлично».

для зачета:

- зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
- не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

Примерные вопросы к экзамену

1. Понятие и характеристика сферы культуры как объекта управления
2. Виды организаций культуры
3. Система менеджмента в организациях сферы культуры
5. Культурная политика и государственное регулирование в сфере культуры
6. Внешняя и внутренняя культурная политика Российской Федерации
7. Определение приоритетов поддержки и развития культуры
8. Система управления персоналом
9. Лидерство и стили управления
10. Стимулирование и мотивация персонала в организациях культуры
11. Менеджер сферы культуры
12. Особенности организационных структур управления творческими коллективами культуры
13. Общие понятия эффективности и эффекта управления
14. Методики оценки эффективности
15. Характеристики непосредственных результатов управления как показатели эффективности
16. Учет, отчетность и контроль эффективности труда менеджеров и специалистов в сфере культуры и искусства
17. Содержание труда руководителя учреждения культуры, специфические формы контроля.
18. Бизнес-планирование как функция управления
19. Организация плановой деятельности
20. Составные элементы бизнес-плана и их характеристика
21. Культурные программы как метод управления
22. Менеджмент в изобразительном искусстве
23. Менеджмент музейного дела
24. Менеджмент в области театральной деятельности
25. Менеджмент в области шоу-бизнеса
26. Менеджмент в области кинематографии
27. Место и роль международных отношений в сфере культуры в общей структуре международного сотрудничества.
28. Процесс управления маркетингом
29. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации
30. Потребительские рынки
31. Сегментирование рынка
32. Продвижение товаров. Стратегия коммуникаций и стимулирования
33. Формы коммуникации в маркетинге
34. Стратегия маркетинга, планирование и контроль
35. Планирование рекламной деятельности. Критерии эффективности рекламы.
36. Маркетинг и внутренняя среда фирмы
37. Основные понятия брэндинга.
38. Позиционирование товара (услуг) на рынке.
39. Уровни товара, торговые марки, торговые знаки.
40. Тактика выхода на рынок
41. Социально-культурное значение маркетинга.
42. Маркетинг идей.
43. Условия эффективности маркетинга в сфере культуры.
44. Маркетинг учреждений культуры.
45. Платные услуги в сфере культуры и маркетинг.
46. Виды и особенности некоммерческих организаций сферы культуры и маркетинг.
47. Сфера культуры России и перспективы маркетинга.
48. Способы стимулирования продаж.

Вопросы к практическим занятиям

Модуль 1. Менеджмент и виды культурной деятельности.

Тема 1. Возникновения менеджмента как науки.

Научные идеи и теории деятельности. Действия и деятельность, мотивы деятельности, классификация потребностей. Саморегуляция и социальная направленность процесса. Коллективная деятельность людей; правила социальной организации; личностные качества субъекта. Хозяйствующие структуры и деятельность. Взаимодействие структур: процесс практики, внутренний ресурс и потенциал. Ресурсы и возможности как виды структурных обстоятельств.

Тема 2. Менеджмент и виды деятельности.

Принципы и методы управленческой деятельности. Сферы культурной деятельности. Советский подход к управлению. Социальная адаптация личности к рыночной экономике. Формирование частнособственнического сознания. Становление рыночных отношений. Отношение к реформам: тенденции социальной дифференциации населения. Влияние западного опыта на формирование современного управления. Становления отечественного предпринимательства

Тема 3. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики.

Понятие и сущность политики государства. Культура и политика. Определенная и целенаправленная культурная политика государства XIX – XX в.в. Негативные последствия «Культурной революции». Направления идеологического и культурно-воспитательного воздействия на формирование исполнителя команд вышестоящих инстанций..

Тема 4. Функции государства в управлении социокультурной сферой.

Основные задачи культурного строительства послевоенного периода. Доступность как основная черта культурной политики государства в потреблении культурных и духовных ценностей. Ориентиры культурной политики в постсоветский период.

Модуль 2. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики.

Тема 5. Кадровые и информационные ресурсы социокультурного менеджмента.

Характеристика кадров организаторов культурной деятельности. Требования к работникам сферы культуры и проблемы их подготовки. Персонал учреждений культуры. Кадровая политика предприятия. Общие и универсальные требования к работникам сферы культуры. Содержание и методы подбора компетентного персонала. Работа с информацией о кандидатах. Требования к расстановке кадров. Принятие решения о найме и оформление соответствующих документов. Санкции. Система последовательных мер воздействий на персонал.

Тема 6. Модели социокультурного управления.

Профессиональная компетентность менеджера культуры. Особенности деятельности менеджера культурной деятельности. Специфические требования, обусловленные особенностями культурной деятельности и ее конкретных субъектов. Сопричастный менеджмент и его особенности. Профессионализм и компетентность. Показатели профессиональной компетентности менеджера социально-культурной деятельности. Взаимосвязь знаний и деятельности менеджера. Виды знаний, определяющие компетентность менеджера. Структура профессиональной компетентности. Профессиональное мышление менеджера. Типы мышления. Этические нормы менеджера

социально-культурной деятельности. Взаимоотношения менеджера и исполнителя. Этика взаимоотношений менеджера с представителями. Понятие "профессия менеджера". Характеристика мотиваций традиционной и инновационной личности менеджера.

Тема 7. Культура менеджмента и организационная культура фирмы.

Понятие и сущность "планирование" деятельности культурных учреждений. Планирование – функция менеджера. Организация, руководство и контроль. Заявление о миссии культурного учреждения. Этапы процесса планирования. Стратегические цели и планы учреждения в целом. Тактические цели и планы. Типы культурных учреждений, их миссия и характеристика планируемой деятельности. Виды планов в сфере культуры различаются в зависимости 1) от содержания планируемой деятельности, 2) уровня принятия плановых решений, 3) степени директивности и 4) сроков, на которые они рассчитаны. Стратегическое и тактическое планирование.

Тема 8. Региональные системы управления социокультурной деятельностью

Характеристика основных компонентов организационной культуры в регионах: информационный дизайн, архитектурный дизайн, оформительский дизайн, внешний облик сотрудников. Компоненты психологии управления, которые определяют организационную культуру и фирменный стиль в регионах.

Тема 9. Соответствие культурной политики задачам государства в условиях новой социально-политической системы

Культура менеджмента и организационная культура фирмы. Понятие и сущность организационной культуры. Характеристика основных типов организационных культур. Корпоративная культура — сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации и задающих общие рамки поведения, принимаемые большей частью организации.

Модуль 3. Сферы применения и виды маркетинга.

Тема 1. Виды и особенности некоммерческих организаций сферы культуры и маркетинг
Сферы применения маркетинга. Определение понятия «некоммерческий маркетинг». Кто выступает клиентами некоммерческих организаций. Примеры некоммерческих организаций сферы культуры, в которых может быть использован маркетинг. Главная задача некоммерческого маркетинга. Роль маркетинга в повышении результативности деятельности некоммерческих субъектов

Тема 2. Маркетинг и виды деятельности.

Суть и содержание понятия «маркетинг». История формирования маркетинговой концепции: основные ее представители и школы. Современная концепция маркетинга. Маркетинг как концепция управления производственно-сбытовой и научно-технической деятельностью фирмы.

Основные виды маркетинга. Виды маркетинга по территориям охвата. Виды маркетинга в зависимости от спроса. Маркетинг, ориентированный на продукт. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Интегрированный маркетинг. Содержание и цели маркетинговой деятельности, ее основные принципы. Специфические функции маркетинга. Аналитическая функция маркетинга. Комплексное исследование рынка, рыночной среды и мотиваций потребителя.

Тема 3. Технология маркетинговой деятельности

Постановка целей и разработка маркетинговой стратегии. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Общая система разработки маркетинговой стратегии. Процесс формирования маркетинговой стратегии. Формирование общей стратегии. Формирование

стратегии по различным отраслям деятельности фирмы, товарам, рынкам, а также функциональные виды стратегий. Требования, предъявляемые к маркетинговым стратегиям. Иерархия стратегий. Основные направления маркетинговой стратегии.

Тема 4. Инновационная политика в системе маркетинга.

Основные направления коммуникационной политики: реклама, public relations, персональные продажи и средства стимулирования сбыта. Понятие и виды рекламных кампаний. Характеристика основных этапов рекламной кампании. Расчет эффективности рекламной кампании. Регулирование рекламной деятельности (государственное; негосударственное). Коммуникационная функция маркетинга. Реклама и стимулирование сбыта. Общие функции маркетинга. Плановая функция маркетинга. Маркетинговая программа. Организационная функция маркетинга. Организация маркетинговой деятельности на фирме и определение вида построения маркетинговых служб.

Модуль 4. Маркетинговое исследование и разработка программы его проведения

Тема 1. Определение понятия «маркетинговое исследование».

Источники, используемые для маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Составные части программы маркетингового исследования. Цели маркетингового исследования. Рабочая гипотеза маркетингового исследования. Формирование разработки рабочего инструментария при проведении маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Комплекс маркетинга в рекламной деятельности. Оценка эффективности маркетинга и рекламы.

Тема 2. Маркетинговые исследования. Основные цели маркетинговых исследований.

Задачи маркетинговых исследований.

Структура, схема и этапы маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Этапы развития направлений маркетинговых исследований. Виды проектов маркетинговых исследований. Идентификация культурных ценностей. Классификация ценностей, влияющих на поведение потребителей. Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие. Внимание. Интерпретация. Маркетинговая стратегия, основанная на множественных мотивах. Методы исследования мотивации. Методы ассоциации. Методы завершения. Методы интерпретации. Метод фокус-групп. Маркетинговая стратегия, основанная на мотивационном конфликте. Психологические и личностные воздействия на процесс принятия решения потребителем о покупке товара. Процесс принятия решения о покупке и маркетинговая характеристика покупателя.

Тема 3. Сегментирование рынка в сфере культуры.

Определение целевого рынка предприятий сферы культуры. Понятие «сегментирование рынка». Критерии сегментации рынка. Понятие «массовый маркетинг». Типы сегментации рынков. Как выбрать рыночный сегмент предприятий сферы культуры. Какие решения должно принять предприятие на этапе выбора х сегментов. Разработка плана маркетинга для предприятия сферы культуры (на конкретном примере).

Критерии оценки (в баллах):

- 15 баллов выставляется студенту, если принимает активное участие в обсуждении темы, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет формулировать и отстаивать свою точку зрения;
- 10 баллов выставляется студенту, если принимает участие в обсуждении темы, хорошо отвечает на вопросы;
- 5 баллов выставляется студенту, если хорошо отвечает на вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не готов к занятию.

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты исторических процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, правовыми актами и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, решения задач, тестирования, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует привитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы.

Критерии оценки (в баллах):

- 10 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 7 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 4 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

Задания к контрольной работе для заочной формы обучения

1. Принципы российского маркетинга в сфере культуры.
2. Виды маркетинговых исследований в сфере культуры.
3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций, ее виды.
4. Планирование рекламной кампании в сфере культуры.
5. Имидж учреждения и организационная культура.
6. Цена и ценообразование в некоммерческих организациях культуры.
7. Классификация и функциональный анализ культурно-досуговых услуг.
8. Понятие и сущность ценовой стратегии в сфере культуры.
9. Специфика франчайзинга в сфере культуры.

10. Стимулирование продвижения культурных услуг на основе использования технологий PR.
11. История возникновения и развития маркетинга в сфере культуры.
12. Школы маркетинга и их возможность применения в сфере культуры.
13. Влияние глобализационных процессов на маркетинговые технологии в сфере культуры.
14. Рыночные условия в системе маркетинговых решений в сфере культуры.
15. Предмет, объект, цели, задачи маркетинга в сфере культуры.
16. Функции маркетинга в сфере культуры.
17. Основные характеристики маркетинга в сфере культуры.
18. Виды маркетинга в области культурной деятельности.
19. Технологии применения маркетинговых школ в сфере культуры и культурно-досуговых учреждениях.
20. Модели маркетинговых технологий в сфере культуры.
21. Концепции маркетинговых технологий в сфере культуры.
22. Инструментарий маркетинговых технологий в сфере культуры.
23. Маркетинговые исследования в деятельности учреждений культуры.
24. Система планирования посредством маркетинга в учреждениях культуры.
25. Франчайзинг в области культуры.
26. Сегментация рынка культурных услуг.
27. Условия применения культурно-досуговыми учреждениями маркетинговых технологий.
28. Целевые рынки сфере культуры.
29. Понятия реализации продукта культуры.
30. Выбор оптимального режима и средств рекламы в маркетинговых мероприятиях сферы культуры.
31. Коммуникативная политика культурно-досуговых учреждений.
32. Ценообразование в маркетинге сфере культуры.

Критерии оценки реферата:

- актуальность темы
- соответствие содержания теме
- глубина проработки материала
- правильность и полнота использования источников
- соответствие оформления стандартом.

Описание шкалы оценивания:

«**Зачтено**» – работа соответствует ГОСТ, документы оформлены правильно, студент владеет терминологией, умеет составить связный стилистически адекватный текст.

«**Незачтено**» – работа не соответствует ГОСТ, документы оформлены неправильно, студент не владеет терминологией, не умеет составить связный стилистически адекватный текст.

Примерные тесты по дисциплине

Тест 1

1 Маркетинговая концепция управления фирмой – это:

- а) концепция определения наиболее оптимальных сфер расходов и инвестиций
- б) позиционирование по отношению к конкуренту

- в) концепция улучшения качественных показателей товарной продукции
 - г) концепция, ориентированная на выяснение и удовлетворение запросов потребителей определенного целевого рынка.
- 2 Основные принципы маркетинговой деятельности – это:
- а) ориентация на потребителя
 - б) адаптивность и воздействие на потребителя
 - в) инновация и концентрация усилий
 - г) системность
 - д) программно-целевой подход.

3 К общим функциям маркетинга следует отнести:

- а) анализ
- б) планирование
- в) организацию
- г) координирование
- д) учет и контроль.

Тест 2

1. Менеджмент – это а) искусство; б) наука; в) искусство и наука.
2. Для любого бизнесмена определяющим признаком является то, что он а) является собственником ценных бумаг; б) работает ради получения прибыли; в) руководит коммерческим предприятием; г) берет на себя личную ответственность за совершение сделок; д) имеет самостоятельность в ведении хозяйственных операций; е) живет мыслями о своем бизнесе.
3. Рутинные технологии требуют усиления операционного контроля: а) нет; б) да.
4. Видение руководителя о будущем организации является прямым следствием осуществления изучения и анализа ее ресурсов: а) да; б) нет.
5. Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие: а) неправильной последовательности действий; б) консервативности людей; в) внешних обстоятельств; г) недостатка ресурсов для осуществления изменений; д) спешки.
6. Организационные изменения требуют: а) упрощения процедуры подбора персонала; б) по требованию законодательства; в) во избежание ошибок при замещении вакансий; г) создания благоприятного психологического климата; д) повышения мотивации и закрепления работников.
7. Основным отличием команды от обычной рабочей группы является: а) наличие лидера; б) размер; в) групповое единomyслие; г) наличие ролевой структуры; д) наличие синергетического эффекта.
8. Одна из важнейших функций корпоративной культуры – это: а) укрепление дисциплины; б) формирование благоприятного психологического климата в организации; в) поддержание социальной стабильности в организации; г) правильное распределение вознаграждений; д) создание благоприятного имиджа компании.
9. Преимуществами функциональной структуры управления являются (выберите несколько): а) возможность углубленной деловой и профессиональной специализации персонала; б) ясность в распределении полномочий и ответственности; в) хорошие условия для внедрения внутриорганизационного хозрасчета; г) возможность адекватного учета региональных условий бизнеса; д) создание условий для децентрализации в структуре управления.
10. Процесс принятия решений начинается с: а) формулировки миссии предприятия; б) постановки управленческих целей; в) выявления проблемы; г) определения лица, ответственного за принятие решений; д) идентификации функциональной сферы, где принимается решение.
11. Функции стратегического управления президента фирмы не подлежат делегированию: а) да; б) нет.

12. При формировании организационной структуры соблюдение принципа единоначалия является обязательным: а) да; б) нет.
13. Линейное программирование применяется для: а) построения «стратегической линии» развития; б) упорядочения распределения линейных и штабных полномочий; в) организации горизонтальных взаимодействий при управлении проектами; г) анализа программ в матричных структурах; д) оптимального распределения ограниченных ресурсов.
14. Суть делегирования состоит: а) в установлении приоритетов; б) передаче властных полномочий вниз и принятии их менеджером низшего звена; в) передаче ответственности на более низкий уровень управления; г) в доверии к своим подчиненным; д) поручении подчиненному принять какое-либо решение.
15. Основной характеристикой организации как открытой системы является: а) обмен ресурсами с внешней средой; б) сильное лидерство; в) способность адаптировать методы ведения бизнеса к изменяющимся условиям внешнего окружения; г) правильный подбор персонала; д) готовность пересмотреть свою миссию.
16. Информационным критерием эффективности межличностной коммуникации является: а) удовлетворенность партнеров по коммуникации; б) доброжелательная атмосфера общения; в) желание сторон продолжать коммуникации; г) близость смысла принятого сообщения к смыслу посланного сообщения; д) точность формулировок.
17. Избегание является оптимальным способом управления конфликтом: а) да; б) нет.
18. Руководитель исследовательской организации опирается преимущественно на следующие формы власти (расставьте источники в порядке приоритетности: 1 – высший приоритет, 5 – низший приоритет): а) харизма; б) власть, основанная на вознаграждении; в) власть, основанная на принуждении; г) экспертная власть; д) эталонная власть.
19. Корпоративная культура основана: а) на принятых в обществе формах поведения; б) правилах, определяемых руководством организации; в) разделяемых большинством членов организации убеждениях и ценностях; г) особенностях производства; д) законодательстве.
20. Трехфазная модель управления изменениями К. Левина (размораживание - движение - новое замораживание) предполагает необходимость создания у работников ощущения дискомфорта: а) на стадии движения; б) при «новом замораживании» ситуации; в) при «размораживании» ситуации; г) для облегчения манипулирования; д) для упрощения процедуры увольнения работников.
21. К компетенции службы персонала относятся функции (выберите несколько)? а) распределение властных полномочий; б) обучение персонала; в) определение потребностей в повышении квалификации персонала; г) изменение организационной структуры; д) управление конфликтами в организации.
22. В наибольшей степени зависят от национальной культуры следующие концепции менеджмента (выберите несколько): а) трудовая мотивация; б) системный подход к организации; в) подбор персонала; г) отношение к власти; д) стиль лидерства.
23. Стресс на рабочем месте требует: а) устранения; б) поддержания; в) обращения к врачу; г) смены работы; д) регулирования.
24. Преимуществами матричной структуры управления являются (выберите несколько): а) упрощение управленческих коммуникаций; б) гибкость и адаптивность; в) усиление управленческой вертикали; г) улучшение использования интеллектуальных ресурсов; д) межфункциональная интеграция деятельности.
25. Качество продукции или услуг определяется: а) стандартами, принятыми в отрасли; б) высшим менеджментом организации; в) экономичностью организационной структуры; г) ценой продукции или услуг; д) реакцией потребителей.

Критерии оценки в баллах:

В качестве рубежного контроля проводится тестирование, в котором представлено 25 вопросов. Тестирование проводится – на 1 и 2 рубежном контроле.

- 25 баллов выставляется студенту, если более 19 верных ответов из возможных 25;

- 15 баллов выставляется студенту, если от 15 до 18 верных ответов;
- 10 баллов выставляется студенту, если от 10 до 14 верных ответов;
- 5 баллов выставляется студенту, если от 5 до 9 верных ответов;
- 0 баллов выставляется студенту, если верных ответов менее 5.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>.

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. **Астафьева, Ольга Николаевна.** Культурология : учебник / О. Н. Астафьева, Т. Г. Грушевицкая, А. П. Садохин .— 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .— 487 с.
2. **Никитич, Л.А.** Культурология : теория, философия, история культуры: учебник [Электронный ресурс] / Л.А. Никитич .— М. : Юнити-Дана, 2015 .— 560 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» .— ISBN 978-5-238-01316-9 .— <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=115402>.
3. Багновская, Н.М. Культурология : учебник / Н.М. Багновская. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 420 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00963-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453418>
4. **Торосян, В. Г.** Культурология [Электронный ресурс] : история мировой и отечественной культуры : учебник / В.Г. Торосян .— М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015 .— 960 с. — ISBN 978-5-4475-2558-3 .— <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363009>>.
5. Рева, В.Е. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / В.Е. Рева. - Пенза : Пензенский государственный университет, 2003. - 161 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39409>

Дополнительная литература:

1. **Невострюев, П.Ю.** Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие [Электронный ресурс] / П.Ю. Невострюев .— М. : Евразийский открытый институт, 2011 .— 199 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online" .— ISBN 978-5-699-40886-3 .— <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93160&sr=1>>.
2. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для академического бакалавриата Юрайт // ЭБС Юрайт, 2017 <https://biblio-online.ru/book/01614073-0E04-4568-A838-D10E7F2613F0>
3. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 370 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5667-2. <https://biblio-online.ru/book/menedzhment-v-sfere-kultury-i-iskusstva-385808>

4. Шекова Е.Л., Тульчинский Г.Л., Евланов В.Н., Новаторов Э.В. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры: практикум: учебное пособие. СПб.: Издательство "Лань", Издательство "ПЛАНЕТА МУЗЫКИ", 2012 <https://e.lanbook.com/book/3820>
<https://biblio-online.ru/book/BDF2BE7-104B-44E1-95B8-443B2AC121E7>
5. Черняева И.В. Менеджмент культуры: Программа и методические рекомендации Барнаул: Издательство АлтГУ, 2012 <http://elibrary.asu.ru/handle/asu/5640>
6. Справочник «Единый художественный рейтинг» Профессионального Союза художников. Artunion.ru На сайте представлена База данных, содержащая сведения о 300.000 художниках, начиная с 4 века и до наших дней (живопись, графика, скульптура, фотография, инсталляции, мультимедиа и т.д.).
7. ArtPrice.com Invaluable.com - аукционный портал, на котором представлена информация по результатам торгов крупнейших аукционных домов мира. Есть каталог антикварных дилеров. <http://www.fordfound.org>
8. Фонд Форда - благотворительная организация <http://www.fordfound.org>
9. Фонд Фулбрайта - благотворительная организация <http://www.fulbright.ru/ru>
10. Благотворительный фонд "Возрождение библиотеки России" <http://www.pavlovskart.spb.ru/russian/friends/>
11. Благотворительный Фонд «Наследие» <http://www.sibfo.ru/dynamic/cnews/index.php?action=print&nart=366>
12. Международный Фонд Культурных Инициатив Маэстро Темирканова www.temirkanov.com

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г
3. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;

<http://pr.web-3.ru>

<http://www.e-xecutive.ru>

<http://www.piar.ru>

http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/

<http://pr-info.ru>

<http://pr-life.ru>

<http://www.raso.ru>

<http://www.7st.ru>

<http://www.soob.ru>

<http://www.prnews.>

<http://www.rwr.ru>

<http://studlib.com/>

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Вид занятий	Наименование оборудования,
--------------	-------------	----------------------------

специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий		программного обеспечения
<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	Лекции	<p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска Аудитория № 407 Учебная мебель, доска.</p>
<p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	Практические занятия	<p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска Аудитория № 407 Учебная мебель, доска.</p>
<p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), Аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	Индивидуальные и групповые консультации,	<p>Аудитория № 407 Учебная мебель, доска. Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, компьютер (Системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)\8Gb\HDD 1 Тб\DVD-RW\450W\ Win 10 Pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук))</p>
<p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), Аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	промежуточная аттестация.	<p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска Аудитория № 407 Учебная мебель, доска. Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, компьютер (Системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)\8Gb\HDD 1 Тб\DVD-RW\450W\ Win 10 Pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук))</p>
<p>5. помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение,</p>	Самостоятельная работа	<p>Читальный зал №5</p>

ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)		<p>Учебная мебель, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p> <p>ПО:</p> <p>1.Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная лицензия. Договор №114 от 12.11.2014 г.</p> <p>2.Windows 10. Предустановленная. Бессрочная лицензия. Договор № 004 от 19.03.2019 г.</p> <p>3.Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная лицензия. Договор №104 от 17.06.2013 г.</p>
--------------------------------	--	---

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» на 6 семестр
очной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

лекции и практические занятия: доцент, канд. полит. наук Насырова Елена Валерьевна

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	49,2
лекционных	16
практических	32
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	49,8

Форма контроля:
экзамен 6 семестр

№п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР		
	2	3	4	5	6	8	9
1	<p>Модуль 1. Менеджмент и виды культурной деятельности.</p> <p><i>Тема 1. Возникновения менеджмента как науки. Научные идеи и теории деятельности. Действия и деятельность, мотивы деятельности, классификация потребностей. Саморегуляция и социальная направленность процесса. Коллективная деятельность людей; правила социальной организации; личностные качества субъекта. Хозяйствующие структуры и деятельность. Взаимодействие структур: процесс практики, внутренний ресурс и потенциал. Ресурсы и возможности как виды структурных обстоятельств.</i></p>	2	2		3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2	<p><i>Тема 2. Менеджмент и виды деятельности. Принципы и методы управленческой деятельности. Сферы культурной деятельности. Советский подход к управлению. Социальная адаптация личности к рыночной экономике. Формирование частнособственнического сознания. Становление рыночных отношений. Отношение к реформам: тенденции социальной дифференциации населения. Влияние западного опыта на формирование современного управления. Становления отечественного предпринимательства</i></p>	2	0		3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
3	<i>Тема 3. Социокультурный менеджмент как компонент</i>	2	2		3	Знакомство с	Выступление по

	<p>культурной политики. Понятие и сущность политики государства. Культура и политика. Определенная и целенаправленная культурная политика государства XIX – XX в.в. Негативные последствия «Культурной революции». Направления идеологического и культурно-воспитательного воздействия на формирование исполнителя команд вышестоящих инстанций..</p>					<p>рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p>	<p>теме практического занятия.</p>
4	<p><i>Тема 4.</i> Функции государства в управлении социокультурной сферой. Основные задачи культурного строительства послевоенного периода. Доступность как основная черта культурной политики государства в потреблении культурных и духовных ценностей. Ориентиры культурной политики в постсоветский период.</p>	2	0		3	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия. Тестирование.</p>
5	<p>Модуль 2. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики. <i>Тема 5.</i> Кадровые и информационные ресурсы социокультурного менеджмента. Характеристика кадров организаторов культурной деятельности. Требования к работникам сферы культуры и проблемы их подготовки. Персонал учреждений культуры. Кадровая политика предприятия. Общие и универсальные требования к работникам сферы культуры. Содержание и методы подбора компетентного персонала. Работа с информацией о кандидатах. Требования к расстановке кадров. Принятие решения о найме и оформление соответствующих документов. Санкции. Система последовательных мер воздействий на персонал.</p>	2	2		3	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p>
6	<p><i>Тема 6.</i> Модели социокультурного управления. Профессиональная компетентность менеджера культуры.</p>	2	0		3	<p>Знакомство с рекомендуемой</p>	<p>Выступление по теме</p>

	Особенности деятельности менеджера культурной деятельности. Специфические требования, обусловленные особенностями культурной деятельности и ее конкретных субъектов. Сопричастный менеджмент и его особенности. Профессионализм и компетентность. Показатели профессиональной компетентности менеджера социально-культурной деятельности. Взаимосвязь знаний и деятельности менеджера. Виды знаний, определяющие компетентность менеджера. Структура профессиональной компетентности. Профессиональное мышление менеджера. Типы мышления. Этические нормы менеджера социально-культурной деятельности. Взаимоотношения менеджера и исполнителя. Этика взаимоотношений менеджера с представителями. Понятие "профессия менеджера". Характеристика мотиваций традиционной и инновационной личности менеджера.					литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	практического занятия.
7	<i>Тема 7. Культура менеджмента и организационная культура фирмы.</i> Понятие и сущность "планирование" деятельности культурных учреждений. Планирование – функция менеджера. Организация, руководство и контроль. Заявление о миссии культурного учреждения. Этапы процесса планирования. Стратегические цели и планы учреждения в целом. Тактические цели и планы. Типы культурных учреждений, их миссия и характеристика планируемой деятельности. Виды планов в сфере культуры различаются в зависимости 1) от содержания планируемой деятельности, 2) уровня принятия плановых решений, 3) степени директивности и 4) сроков, на которые они рассчитаны. Стратегическое и тактическое планирование.	2	2		3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8	<i>Тема 8. Региональные системы управления социокультурной деятельностью</i> Характеристика основных компонентов организационной	2	0		3	Знакомство с рекомендуемой литературой.	Выступление по теме практического

	культуры в регионах: информационный дизайн, архитектурный дизайн, оформительский дизайн, внешний облик сотрудников. Компоненты психологии управления, которые определяют организационную культуру и фирменный стиль в регионах.					Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	занятия.
9	<p><i>Тема 9. Соответствие культурной политики задачам государства в условиях новой социально-политической системы</i></p> <p>Культура менеджмента и организационная культура фирмы. Понятие и сущность организационной культуры. Характеристика основных типов организационных культур. Корпоративная культура — сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации и задающих общие рамки поведения, принимаемые большей частью организации.</p>	2	2		3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	8	9
10.	<p>Модуль 3. Маркетинг в социокультурной сфере.</p> <p>Тема 1. Специфика маркетинга в некоммерческой сфере.</p> <p>Сферы применения маркетинга. Определение понятия «некоммерческий маркетинг». Кто выступает клиентами некоммерческих организаций. Примеры некоммерческих организаций сферы культуры, в которых может быть использован маркетинг. Главная задача некоммерческого маркетинга. Роль маркетинга в повышении результативности деятельности некоммерческих субъектов</p>	2	0		3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
11.	<p>Тема 2. Суть и содержание понятия «маркетинг».</p> <p>История формирования маркетинговой концепции: основные ее представители и школы. Современная концепция маркетинга. Маркетинг как концепция управления производственно-сбытовой и научно-технической деятельностью фирмы. Основные виды маркетинга. Виды маркетинга по территориям охвата. Виды маркетинга в зависимости от спроса. Маркетинг, ориентированный на продукт.</p>	2	0		3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	Маркетинг, ориентированный на потребителя. Интегрированный маркетинг. Содержание и цели маркетинговой деятельности, ее основные принципы. Специфические функции маркетинга. Аналитическая функция маркетинга. Комплексное исследование рынка, рыночной среды и мотиваций потребителя.						
12.	Тема 3. Технология маркетинговой деятельности Постановка целей и разработка маркетинговой стратегии. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Общая система разработки маркетинговой стратегии. Процесс формирования маркетинговой стратегии. Формирование общей стратегии. Формирование стратегии по различным отраслям деятельности фирмы, товарам, рынкам, а также функциональные виды стратегий. Требования, предъявляемые к маркетинговым стратегиям. Иерархия стратегий. Основные направления маркетинговой стратегии.	2	2		4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
13.	Тема 4. Инновационная политика в системе маркетинга. Основные направления коммуникационной политики: реклама, public relations, персональные продажи и средства стимулирования сбыта. Понятие и виды рекламных кампаний. Характеристика основных этапов рекламной кампании. Расчет эффективности рекламной	2	0		4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия. Контрольная работа.

	<p>кампании. Регулирование рекламной деятельности (государственное; негосударственное). Коммуникационная функция маркетинга. Реклама и стимулирование сбыта. Общие функции маркетинга. Плановая функция маркетинга. Маркетинговая программа. Организационная функция маркетинга. Организация маркетинговой деятельности на фирме и определение вида построения маркетинговых служб.</p>						
14.	<p>Модуль 4. Маркетинговое исследование и разработка программы его проведения Тема 5. Определение понятия «маркетинговое исследование». Источники, используемые для маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Составные части программы маркетингового исследования. Цели маркетингового исследования. Рабочая гипотеза маркетингового исследования. Формирование разработки рабочего инструментария при проведении маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Комплекс маркетинга в рекламной деятельности. Оценка эффективности маркетинга и рекламы.</p>	4	2		4	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p>
15.	<p>Тема 6. Маркетинговые исследования. Основные цели маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований. Структура, схема и этапы маркетингового исследования. Объекты и</p>	2	2		4,8	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p>

<p> субъекты маркетинговых исследований. Этапы развития направлений маркетинговых исследований. Виды проектов маркетинговых исследований. Идентификация культурных ценностей. Классификация ценностей, влияющих на поведение потребителей. Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие. Внимание. Интерпретация. Маркетинговая стратегия, основанная на множественных мотивах. Методы исследования мотивации. Методы ассоциации. Методы завершения. Методы интерпретации. Метод фокус-групп. Маркетинговая стратегия, основанная на мотивационном конфликте. Психологические и личностные воздействия на процесс принятия решения потребителем о покупке товара. Процесс принятия решения о покупке и маркетинговая характеристика покупателя. </p>						
ИТОГО:	32	16		49,8		

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**Менеджмент и Маркетинг в сфере культуры**»
на 3 сессию заочной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

Лекции и практические занятия: доцент, канд. полит. наук Насырова Елена Валерьевна

Вид работы	Объем дисциплины Заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем	19,2
лекционных	6
практических	12
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	115,8
Зачет	9

№п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы,
------	-------------------	--	---	--

Форма контроля:
 Экзамен 8 семестр, сессия 3

		ЛК	ПР	ЛР	СР		
	2	3	4	5	6	8	9
1	<p>Модуль 1. Менеджмент и виды культурной деятельности.</p> <p><i>Тема 1. Возникновения менеджмента как науки. Научные идеи и теории деятельности. Действия и деятельность, мотивы деятельности, классификация потребностей. Саморегуляция и социальная направленность процесса. Коллективная деятельность людей; правила социальной организации; личностные качества субъекта. Хозяйствующие структуры и деятельность. Взаимодействие структур: процесс практики, внутренний ресурс и потенциал. Ресурсы и возможности как виды структурных обстоятельств.</i></p>	2	2		10	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2	<p><i>Тема 2. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики. Понятие и сущность политики государства. Культура и политика. Определенная и целенаправленная культурная политика государства XIX – XX в.в. Негативные последствия «Культурной революции». Направления идеологического и культурно-воспитательного воздействия на формирование исполнителя команд вышестоящих инстанций..</i></p>	0	1		10	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
3	<p><i>Тема 3. Функции государства в управлении социокультурной сферой. Основные задачи культурного строительства послевоенного периода. Доступность как основная черта культурной политики государства в потреблении культурных и духовных ценностей. Ориентиры культурной политики в постсоветский период.</i></p>	1	1		10	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
4	Модуль 2.				10	Знакомство с	Выступление по

	<p>Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики.</p> <p><i>Тема 4.</i> Кадровые и информационные ресурсы социокультурного менеджмента.</p> <p>Характеристика кадров организаторов культурной деятельности. Требования к работникам сферы культуры и проблемы их подготовки. Персонал учреждений культуры. Кадровая политика предприятия. Общие и универсальные требования к работникам сферы культуры. Содержание и методы подбора компетентного персонала. Работа с информацией о кандидатах. Требования к расстановке кадров. Принятие решения о найме и оформление соответствующих документов. Санкции. Система последовательных мер воздействий на персонал.</p>	0	1			<p>рекомендуемой литературой.</p> <p>Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.</p>	<p>теме практического занятия.</p>
5	<p><i>Тема 5.</i> Модели социокультурного управления.</p> <p>Профессиональная компетентность менеджера культуры. Особенности деятельности менеджера культурной деятельности. Специфические требования, обусловленные особенностями культурной деятельности и ее конкретных субъектов. Сопричастный менеджмент и его особенности. Профессионализм и компетентность. Показатели профессиональной компетентности менеджера социально-культурной деятельности. Взаимосвязь знаний и деятельности менеджера. Виды знаний, определяющие компетентность менеджера. Структура профессиональной компетентности. Профессиональное мышление менеджера. Типы мышления. Этические нормы менеджера социально-культурной деятельности. Взаимоотношения менеджера и исполнителя. Этика взаимоотношений менеджера с представителями. Понятие "профессия менеджера". Характеристика мотиваций традиционной и инновационной личности менеджера.</p>	0	1		10	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой.</p> <p>Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p>
6	<p><i>Тема 6.</i> Культура менеджмента и организационная культура фирмы.</p>	1	1		10	<p>Знакомство с рекомендуемой</p>	<p>Выступление по теме</p>

	<p>Понятие и сущность "планирование" деятельности культурных учреждений. Планирование – функция менеджера. Организация, руководство и контроль. Заявление о миссии культурного учреждения. Этапы процесса планирования. Стратегические цели и планы учреждения в целом. Тактические цели и планы. Типы культурных учреждений, их миссия и характеристика планируемой деятельности. Виды планов в сфере культуры различаются в зависимости 1) от содержания планируемой деятельности, 2) уровня принятия плановых решений, 3) степени директивности и 4) сроков, на которые они рассчитаны. Стратегическое и тактическое планирование.</p>				<p>литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p>	<p>практического занятия.</p>
--	---	--	--	--	---	-------------------------------

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	8	9
7.	<p>Модуль 3. Сферы применения и виды маркетинга. Тема 7. Виды и особенности некоммерческих организаций сферы культуры и маркетинг. Сферы применения маркетинга. Определение понятия «некоммерческий маркетинг». Кто выступает клиентами некоммерческих организаций. Примеры некоммерческих организаций сферы культуры, в которых может быть использован маркетинг. Главная задача некоммерческого маркетинга. Роль маркетинга в повышении результативности деятельности некоммерческих субъектов</p>	1	1		10	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<p>Тема 8. Суть и содержание понятия «маркетинг». История формирования маркетинговой концепции: основные ее представители и школы. Современная концепция маркетинга. Маркетинг как концепция управления производственно-сбытовой и научно-технической деятельностью фирмы. Основные виды маркетинга. Виды маркетинга по территориям охвата. Виды маркетинга в зависимости от спроса.</p>	1	1		10	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	Маркетинг, ориентированный на продукт. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Интегрированный маркетинг. Содержание и цели маркетинговой деятельности, ее основные принципы. Специфические функции маркетинга. Аналитическая функция маркетинга. Комплексное исследование рынка, рыночной среды и мотиваций потребителя.						
9.	Тема 9. Технология маркетинговой деятельности Постановка целей и разработка маркетинговой стратегии. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Общая система разработки маркетинговой стратегии. Процесс формирования маркетинговой стратегии. Формирование общей стратегии. Формирование стратегии по различным отраслям деятельности фирмы, товарам, рынкам, а также функциональные виды стратегий. Требования, предъявляемые к маркетинговым стратегиям. Иерархия стратегий. Основные направления маркетинговой стратегии.	0	1		10	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
10.	Модуль 4. Маркетинговое исследование и разработка программы его проведения Тема 10. Определение понятия «маркетинговое исследование». Источники, используемые для маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Составные части программы маркетингового исследования. Цели маркетингового	0	1		10	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	<p>исследования. Рабочая гипотеза маркетингового исследования. Формирование разработки рабочего инструментария при проведении маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Комплекс маркетинга в рекламной деятельности. Оценка эффективности маркетинга и рекламы.</p>						
11.	<p>Тема 11. Маркетинговые исследования. Основные цели маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований. Структура, схема и этапы маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Этапы развития направлений маркетинговых исследований. Виды проектов маркетинговых исследований. Идентификация культурных ценностей. Классификация ценностей, влияющих на поведение потребителей. Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие. Внимание. Интерпретация. Маркетинговая стратегия, основанная на множественных мотивах. Методы исследования мотивации. Методы ассоциации. Методы завершения. Методы интерпретации. Метод фокус-групп. Маркетинговая стратегия, основанная на мотивационном конфликте. Психологические и личностные воздействия на процесс принятия решения потребителем о покупке товара. Процесс принятия решения о покупке и маркетинговая характеристика</p>	0	1		15,8	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p>

	покупателя.						
	ИТОГО:	6	12		115,8		

**Рейтинг-план дисциплины
«Менеджмент и маркетинг в сфере культуры»**

Направление подготовки 51.03.01 Культурология
Курс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Модуль 1. Менеджмент и виды культурной деятельности.				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	2	2	0	4
2. Выступление по теме практического занятия	2	2	0	4
Рубежный контроль				
Контрольная работа		1	0	10
Модуль 2. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики.				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	2	3	0	6
2. Выступление по теме практического занятия	2	4	0	8
Рубежный контроль				
Тестирование		1	0	10
Модуль 3. Модуль 3. Маркетинг в социокультурной сфере.				

1. Аудиторная работа	2	4		8
2. Выступление по теме практического занятия	2	5		10
Рубежный контроль				
Контрольная работа		1	0	10
Поощрительные баллы				
Публикация статей			0	5
Подготовка проектов			0	5
Посещаемость				
Посещение лекционных занятий			0	-6
Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
Экзамен		1	0	30