

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
РЯЗАНСКИЙ ФИЛИАЛ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор РФ МГИК



В.В. Калинин

«28» августа 2017 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:  
МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**  
(в объеме 250 часов)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий ОДПО



М.Н. Жаворонкова

«28» августа 2017 г.

Рязань, 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

### 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

- 1.1 Цель и задачи реализации программы.
- 1.2 Нормативно-правовая база разработки программы.
- 1.3 Характеристика новой профессиональной деятельности слушателей, освоивших дополнительную профессиональную программу.
  - 1.3.1 Область профессиональной деятельности.
  - 1.3.2 Объекты профессиональной деятельности.
  - 1.3.3 Виды и задачи профессиональной деятельности.
- 1.4 Планируемые результаты освоения программы.
- 1.5 Требования к уровню подготовки лиц, необходимому для освоения программы.
- 1.6 Нормативный срок и трудоемкость программы.
- 1.7 Форма обучения.

### 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

- 1.2 Учебный план.
- 2.2 Учебно-тематический план.
- 2.3 Календарный учебный график.
- 2.4 Содержание учебных дисциплин (модулей).

### 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

- 3.1 Материально-технические условия реализации программы.
- 3.2 Учебно-методическое обеспечение реализации программы.
- 3.3 Кадровое обеспечение реализации программы.
- 3.4 Общие требования к организации образовательного процесса.

### 4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

### 5. РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ

### ПРИЛОЖЕНИЕ

*Приложение № 1.* Учебно-методическое и информационное обеспечение учебных дисциплин (модулей) дополнительной профессиональной программы.

*Приложение № 2.* Примерный перечень оценочных средств по дополнительной профессиональной программе. Контрольные вопросы по учебным дисциплинам (модулям).

*Приложение № 3.* Критерии общего оценивания знаний слушателей по учебным дисциплинам (модулям) дополнительной профессиональной программы.

*Приложение № 4.* Образец экзаменационного (зачётного) билета для оценивания знаний слушателей по учебным дисциплинам (модулям) дополнительной профессиональной программы.

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

### **1.1 Цель и задачи реализации программы**

Дополнительная профессиональная программа «**Социально-культурная деятельность: менеджмент организации**» направлена на создание условий для профессионального развития руководителей и управленческого персонала организаций социально-культурной сферы, не имеющих профильного образования в области менеджмента, через обучение современным методикам, технологиям, процедурам управления. Программа ориентирована на то, чтобы уже имеющийся фундамент опыта и знаний дополнить необходимыми компетенциями в области менеджмента организации.

**Основная цель реализации программы** – формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых, как для эффективного управления современной организацией, в том числе и организацией социально-культурной сферы, так и в рамках смены направления в развитии личной карьеры.

#### **Основные задачи реализации программы:**

- освоение слушателями теоретических и практических знаний, умений, навыков, соответствующих современным требованиям к уровню профессиональной квалификации управленческих кадров для решения актуальных производственных задач по управлению современной организацией социально-культурной сферы;
- формирование и совершенствование профессиональных компетенций, необходимых для реализации технологий менеджмента в организациях социально-культурной сферы, выполнения организационных, экономических, кадровых, маркетинговых, имиджевых и социально-психологических задач социально-культурной деятельности;
- обучение персонала организаций социально-культурной сферы традиционным и инновационным технологиям управления в соответствии с динамично изменяющимися социально-экономическими и нормативно-правовыми условиями.

Программа является преемственной по отношению к основной профессиональной образовательной программе высшего образования (ОПОП ВО) по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень) – бакалавр.

## 1.2 Нормативно-правовая база разработки программы

Нормативно-правовую базу разработки дополнительной профессиональной программы составляют:

1. Федеральный закон Российской Федерации № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 г. «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 499 от 1 июля 2013 г. «Об утверждении порядка и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
3. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации России № 1244 от 15 ноября 2013 г. «О внесении изменений в Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499»;
4. Приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 N 7 (ред. от 20.04.2016) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)» (Зарегистрировано в Минюсте России 09.02.2016 №41028).
5. Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, утверждённый Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 г. № 37 (в действующей редакции).
6. Устав Московского государственного института культуры, утвержденный 26 мая 2011 г., № 499 (с изменениями и дополнениями в редакции Приказов Министерства культуры Российской Федерации от 18 июня 2012 г. № 607, от 22 августа 2012 г. № 928, от 7 ноября 2014 г. № 1872, от 17 июня 2015 г. № 1800, от 24 августа 2015 г. № 2253, от 18 февраля 2016 г. № 417, от 16 марта 2017 г. № 308);
7. Положение об Отделении дополнительного профессионального образования Рязанского филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный институт культуры» от 29 января 2015 г.
8. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам в Рязанском филиале Московского государственного института культуры от 29.09.2016 г.
9. Положение об итоговой аттестации слушателей программ дополнительного профессионального образования для отделения дополнительного профессионального образования Рязанского филиала Московского государственного института культуры от 29.09.2016 г.

Программа профессиональной переподготовки разработана с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность» (уровень бакалавриата), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 995 от 11.08.2016 года, а также квалификационных требований к профессиональным знаниям и навыкам, необходимым для исполнения должностных обязанностей, которые установлены в «Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих» (раздел I. Общеотраслевые квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях, п.1 Должности руководителей, менеджеры и раздел «Квалификационные характеристики должностей работников культуры, искусства и кинематографии» (Приказ Минздрава РФ от 30.03.2011 № 251н)), утверждённом в 2011 г.

### **1.3 Характеристика новой профессиональной деятельности слушателей, освоивших дополнительную профессиональную программу**

#### **1.3.1 Область профессиональной деятельности**

Область профессиональной деятельности слушателей, прошедших обучение по программе профессиональной переподготовки, включает практическую деятельность в области управления организациями социально-культурной сферы, с также организациями любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные).

#### **1.3.2 Объекты профессиональной деятельности**

Объектами профессиональной деятельности являются:

- системы управления государственными учреждениями и негосударственными организациями, общественными объединениями социально-культурной сферы, а также организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы менеджмента и маркетинга социально-культурной деятельности, рекреационных объектов и индустрии досуга;

#### **1.3.3 Виды и задачи профессиональной деятельности**

Слушатели, успешно завершившие обучение по данной программе, должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

##### ***Научно-исследовательская и методическая деятельность:***

- информатизация и научно-методическое обеспечение социально-культурной деятельности, оказание информационных и методических услуг;
- разработка новых методик по организации и руководству учреждениями социально-культурной сферы, стимулированию социально-культурной активности населения в России;
- участие в проведении научных исследований социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества;
- изучение и анализ информационных, кадровых, экономических и материально-технических ресурсов организаций социально-культурной сферы.

##### ***Информационно-аналитическая деятельность:***

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации, в том числе организации социально-культурной сферы, для принятия управленческих решений;
- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций, в том числе организаций социально-культурной сферы;
- оценка эффективности социально-культурных проектов и программ;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений.

##### ***Организационно-управленческая деятельность:***

- руководство учреждениями, организациями и объединениями социально-культурной сферы, индустрии досуга и рекреации;
- использование инструментария менеджмента и маркетинга в социально-культурной деятельности, организация социального партнерства;
- участие в разработке локальной нормативной и организационно-управленческой документации;

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой и т.д.);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации, в том числе организации социально-культурной сферы;
- планирование деятельности организации, в том числе организации социально-культурной сферы, и её подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей.

***Проектная деятельность:***

- участие в разработке и реализации инновационных проектов и программ развития социально-культурной сферы;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации, в том числе организации социально-культурной сферы;
- организация и управление работой исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- участие в проектировании и реализации социально-культурных продуктов и услуг для различных категорий пользователей;
- оказание консультационной помощи по разработке инновационных проектов и программ в социально-культурной сфере.

**1.4 Планируемые результаты освоения программы**

Результаты освоения программы профессиональной переподготовки определяются приобретаемыми слушателями компетенциями, то есть способностями применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения программы у слушателей должны быть сформированы следующие компетенции (наименования компетенций указываются в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень) – бакалавр) и квалификационных требований к профессиональным знаниям и навыкам, необходимым для исполнения должностных обязанностей руководителей (менеджеров):

***общекультурные компетенции (ОК):***

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

***общепрофессиональные компетенции (ОПК):***

- способность к самостоятельному поиску, обработке, анализу и оценке профессиональной информации, приобретению новых знаний, используя современные образовательные и информационные технологии (ОПК-1);
- способность находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОПК-2).

***профессиональные компетенции (ПК):***

***творческо-производственная деятельность:***

- способность эффективно реализовывать актуальные задачи государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности (ПК-1);

– готовность к использованию технологий социально-культурной деятельности (средств, форм, методов) для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга, обеспечения условий для реализации социально-культурных инициатив населения, патриотического воспитания (ПК-2);

– способность применять нормативные правовые акты по охране интеллектуальной собственности и авторского права в сфере культуры, организации социально-культурной деятельности населения, обеспечения прав граждан в сфере культуры и образования (ПК-4);

**организационно-управленческая деятельность:**

– готовность к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности (ПК-9);

– способность осуществлять финансово-экономическую и хозяйственную деятельность учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации (ПК-10);

– готовность использовать нормативные правовые акты в работе учреждений культуры, общественных организаций и объединений граждан, реализующих их права на доступ к культурным ценностям и участие в культурной жизни страны (ПК-11);

– готовность к организации творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры (ПК-12);

– готовность к осуществлению технологий менеджмента и продюсирования концертов, фестивалей, конкурсов, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности (ПК-13);

**художественно-творческая деятельность:**

– способность к организации художественно-творческой деятельности в клубном учреждении, парке культуры и отдыха, научно-методическом центре, центре досуга (ПК-14);

– готовность к разработке целей и приоритетов творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуротворческие, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные) (ПК-15);

**научно-методическая деятельность:**

– способность к обобщению и пропаганде передового опыта учреждений социально-культурной сферы по реализации задач федеральной и региональной культурной политики (ПК-16);

– способность к разработке новых методик культурно-просветительной работы, методик стимулированию социально-культурной активности населения (ПК-17);

– готовность к осуществлению прикладных научных исследований социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества, разработке на этой основе продуктивных прогнозов и правильных управленческих решений (ПК-20);

**проектная деятельность:**

– готовность к участию в разработке и обосновании проектов и программ развития социально-культурной сферы (ПК-24);

– способность проектировать социально-культурную деятельность на основе изучения запросов, интересов с учетом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных различий групп населения (ПК-25).

В результате освоения программы у слушателей должен сформироваться комплекс **знаний, умений и навыков** в области управления современными организациями социально-культурной деятельности и также организациями любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные).

В результате изучения программы слушатели должны:

### **Знать:**

- основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач и формирования гражданской позиции;
- закономерности кооперации с коллегами, работы в коллективе;
- свои достоинства и недостатки, средства развития достоинств и устранения недостатков;
- закономерности и механизмы профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением информационных технологий;
- методы и принципы принятия организационно-управленческих решений в стандартных ситуациях;
- технологии социально-культурной деятельности (средства, формы, методы) для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга, обеспечения условий для реализации социально-культурных инициатив населения, патриотического воспитания;
- нормативно-правовые документы по охране интеллектуальной собственности и авторского права в сфере культуры, организации социально-культурной деятельности населения, обеспечения прав граждан в сфере культуры и образования;
- технологии менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности;
- финансово-экономическую и хозяйственную деятельность учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации;
- правовые и нормативные документы в работе учреждений культуры, общественных организаций и объединений граждан, реализующих их права на доступ к культурным ценностям и участие в культурной жизни страны;
- управленческие механизмы организации творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры;
- технологии менеджмента и продюсирования концертов, фестивалей, конкурсов, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности;
- цели и приоритеты творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные);
- новые методики по организации и руководству учреждениями социально-культурной сферы, стимулированию социально-культурной активности населения;
- сущность прикладных научных исследований социально-культурной деятельности, основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества для разработки продуктивных прогнозов и правильных управленческих решений;
- разработку и обоснование проектов и программ развития социально-культурной сферы;
- способы проектирования социально-культурной деятельности на основе изучения запросов, интересов с учётом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных различий групп населения;

### **Уметь:**

- использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы;
- работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;
- использовать современные информационные технологии в процессе повышения своего профессионального уровня;



- эффективно решать стандартные задачи в рамках организационно-управленческой деятельности;
- использовать технологии социально-культурной деятельности (средства, формы, методы) для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга, обеспечения условий для реализации социально-культурных инициатив населения, патриотического воспитания;
- реализовывать технологии менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности;
- осуществлять финансово-экономическую и хозяйственную деятельность учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации;
- использовать правовые и нормативные документы в работе учреждений культуры, общественных организаций и объединений граждан, реализующих их права на доступ к культурным ценностям и участие в культурной жизни страны;
- управлять и организовывать творческо-производственную деятельность работников учреждений культуры;
- осуществлять технологии менеджмента и продюсирования концертов, фестивалей, конкурсов, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности;
- определять цели и приоритеты творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные);
- создавать новые методики организации и руководства учреждениями социально-культурной сферы, стимулирования социально-культурной активности населения;
- строить продуктивные прогнозы и принимать правильные управленческие решения, основанные на прикладных научных исследованиях социально-культурной деятельности и на основных тенденциях социального, культурного и духовного развития общества;
- обосновывать и разрабатывать проекты и программы развития социально-культурной сферы;
- проектировать социально-культурную деятельность на основе изучения запросов, интересов с учётом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных различий групп населения;

**Владеть:**

- основными положениями и методами экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- навыками работы в коллективе, толерантности восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;
- навыками самооценки своих достоинств и недостатков, а также выбором эффективных путей и средств развития достоинств и устранения недостатков;
- способностью к профессиональному самообразованию на основе информационной культуры с применением информационных технологий;
- навыками принятия эффективных организационно-управленческих решений в стандартных ситуациях и готовности нести за них ответственность;
- технологиями социально-культурной деятельности (средства, формы, методы) для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга, обеспечения условий для реализации социально-культурных инициатив населения, патриотического воспитания;
- технологиями менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности;
- навыками управления финансово-экономической и хозяйственной деятельностью учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации;

- правовыми и нормативными документами в работе учреждений культуры, общественных организаций и объединений граждан, реализующих их права на доступ к культурным ценностям и участие в культурной жизни страны;
- навыками управления и организации творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры;
- технологиями менеджмента и продюсирования концертов, фестивалей, конкурсов, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности;
- целями и приоритетами творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные);
- навыками организации и руководства учреждениями социально-культурной сферы, стимулированию социально-культурной активности населения;
- навыками формулирования продуктивных прогнозов и принятия правильных управленческих решений, основанных на прикладных научных исследованиях социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества,
- навыками обоснования и разработки проектов и программ развития социально-культурной сферы;
- навыками проектирования социально-культурной деятельности на основе изучения запросов, интересов с учетом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных различий групп населения;

### **1.5 Требования к уровню подготовки лиц, необходимому для освоения программы**

К освоению программ профессиональной переподготовки допускаются лица, имеющие или получающие высшее профессиональное образование.

### **1.6 Нормативный срок и трудоёмкость программы**

Нормативный срок освоения программы – 4 месяца по заочной форме обучения. Трудоёмкость обучения составляет 250 академических часов, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателей (таблица 1).

Учебная нагрузка устанавливается не более 54 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной учебной работы слушателей.

Таблица 1

Виды контактной работы со слушателями и трудоёмкость программы  
«Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»

<b>Виды учебной работы</b>	<b>Объем учебной работы (в часах)</b>
<b>Общая трудоёмкость программы</b>	<b>250</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>168</b>
Лекции	92
Практические, семинарские занятия	28
Индивидуальные занятия	48
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) работа</b>	<b>82</b>

### **1.7 Форма обучения**

Форма обучения – заочная.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 2.1 Учебный план (таблица 2)

№№ п/п	Наименование модулей, дисциплин	Всего часов	В том числе				Формы контроля
			Лекции	Практ., семинар. занятия	Инди- видуаль- ные занятия	Самост. работа	
<b>МОДУЛЬ 1 ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>							
1	Теоретические и технологические основы социально-культурной деятельности	<b>20</b>	8	2	2	8	экзамен
2	Ресурсная база социально-культурной деятельности	<b>20</b>	8	2	4	6	экзамен
3	Основы социально-культурного проектирования	<b>20</b>	8	2	4	6	экзамен
<b>МОДУЛЬ 2 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>							
4	Основы менеджмента	<b>26</b>	6	4	6	10	экзамен
5	Стратегический менеджмент	<b>26</b>	6	4	4	12	экзамен
6	Управленческие решения	<b>20</b>	8	2	4	6	экзамен
7	Основы предпринимательской деятельности	<b>20</b>	8	2	4	6	зачет
8	Технологии менеджмента социально-культурной деятельности	<b>20</b>	8	2	4	6	экзамен
<b>МОДУЛЬ 3 ЭКОНОМИКА, МАРКЕТИНГ, ПРАВО</b>							
9	Экономика социально-культурной сферы	<b>20</b>	8	2	4	6	экзамен
10	Основы маркетинга	<b>20</b>	8	2	6	4	экзамен
11	Реклама и связи с общественностью	<b>20</b>	8	2	4	6	зачет
12	Правовое регулирование социально-культурной сферы	<b>18</b>	8	2	2	6	зачет
	<b>ИТОГО:</b>	<b>250</b>	<b>92</b>	<b>28</b>	<b>48</b>	<b>82</b>	
13	<b>Итоговый контроль: Итоговая аттестационная работа</b>	<b>30</b>			10	20	защита

## 2.2 Учебно-тематический план (таблица 3)

№№ п/п	Наименование Модулей / дисциплин / разделов	Всего часов	В том числе				Формы контроля
			Лекции	Практ., семинар. занятия	Инди- виду- альные занятия	Самост. работа	
<b>МОДУЛЬ 1 ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>							
<b>1</b>	<b>Теоретические и технологические основы социально-культурной деятельности</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>экзамен</b>
1.1	Теоретические основы и научные исследования социально-культурной деятельности	10	4	1	1	4	
1.2	Творческо-производственная деятельность организаций социально-культурной сферы	5	2	1	-	2	
1.3	Технологии социально-культурной деятельности (средства, формы, методы)	5	2	-	1	2	
<b>2</b>	<b>Ресурсная база социально-культурной деятельности</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>экзамен</b>
2.1	Система и характеристика организаций социально-культурной сферы	8	4	1	1	2	
2.2	Кадровые ресурсы социально-культурной сферы	5	2	-	1	2	
2.3	Материально-технические и финансовые ресурсы организаций социокультурной сферы	7	2	1	2	2	
<b>3</b>	<b>Основы социально-культурного проектирования</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>экзамен</b>
3.1	Теоретические основы проектной деятельности организаций социально-культурной сферы	5	2	-	1	2	
3.2	Проект как средство управления социально-культурной деятельностью	9	4	2	1	2	
3.3	Технологические аспекты реализации социокультурных проектов. Основы грантрайтинга. Методика создания заявки на грант	6	2	-	2	2	

№№ п/п	Наименование Модулей / дисциплин / разделов	Всего часов	В том числе				Формы контроля
			Лекции	Практ., семинар. занятия	Инди- виду- альные занятия	Самост. работа	
<b>МОДУЛЬ 2 МЕНЕДЖМЕНТ</b>							
<b>4</b>	<b>Основы менеджмента</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>экзамен</b>
4.1	Менеджмент как сфера профессиональной деятельности. Функции менеджмента	6	2	-	2	2	
4.2	Управление персоналом и творческо-производственной деятельностью работников организаций культуры и искусства	8	2	2	2	2	
4.3	Организационная культура и этика управления	12	2	2	2	6	
<b>5</b>	<b>Стратегический менеджмент</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>экзамен</b>
5.1	Стратегическое управление и стратегическое планирование. Миссия в управлении.	10	2	2	2	4	
5.2	Стратегический анализ	9	2	2	1	4	
5.3	Разработка и реализация стратегии организации	7	2	-	1	4	
<b>6</b>	<b>Управленческие решения</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>экзамен</b>
6.1	Сущность, цели, задачи, методы и принципы разработки управленческих решений	8	4	-	2	2	
6.2	Этапы и технологии разработки управленческих решений	5	2	-	1	2	
6.3	Принятие решений в условиях риска. Эффективность управленческих решений	7	2	2	1	2	
<b>7</b>	<b>Основы предпринимательской деятельности</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>зачёт</b>
7.1	Сущность и содержание предпринимательской деятельности. Приносящая доход деятельность организаций культуры.	8	4	-	2	2	
7.2	Собственность организаций и их организационно-экономические формы	5	2	-	1	2	
7.3	Основы бизнес-планирования. Коммерческая деятельность предпринимателя	7	2	2	1	2	

№№ п/п	Наименование Модулей / дисциплин / разделов	Всего часов	В том числе				Формы контроля
			Лекции	Практ., семинар. занятия	Инди- виду- альные занятия	Самост. работа	
<b>8</b>	<b>Технологии менеджмента социально-культурной деятельности</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>экзамен</b>
8.1	Технологии управления персоналом в социокультурном учреждении	7	2	1	2	2	
8.2	Технологии планирования и организационного обеспечения социально-культурной деятельности	7	4	-	1	2	
8.3	Технологии информационного обеспечения социально-культурной деятельности	6	2	1	1	2	
<b>МОДУЛЬ 3 ЭКОНОМИКА, МАРКЕТИНГ, ПРАВО</b>							
<b>9</b>	<b>Экономика социально-культурной сферы</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>экзамен</b>
9.1	Сущность экономических процессов в социально-культурной сфере	5	2	-	1	2	
9.2	Многоканальная система финансирования социально-культурной сферы	5	2	-	1	2	
9.3	Экономико-хозяйственная деятельность организаций культурной отрасли	10	4	2	2	2	
<b>10</b>	<b>Основы маркетинга</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>зачёт</b>
10.1	Теоретические основы маркетинга	6	2	-	2	2	
10.2	Организация маркетинговой деятельности в социально-культурной сфере	9	4	2	2	1	
10.3	Проведение маркетинговых исследований в социально-культурной сфере	5	2	-	2	1	
<b>11</b>	<b>Реклама и связи с общественностью</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>зачёт</b>
11.1	Понятие, цель и место PR-технологий в продвижении социально-культурной деятельности	9	4	1	2	2	
11.2	Понятие, виды, инструменты рекламы. Продвижение организа-	11	4	1	2	4	

№№ п/п	Наименование Модулей / дисциплин / разделов	Всего часов	В том числе				Формы контроля
			Лекции	Практ., семинар. занятия	Индивидуальные занятия	Самост. работа	
	ций социально-культурной сферы средствами рекламы						
<b>12</b>	<b>Правовое регулирование социально-культурной сферы</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>зачёт</b>
12.1	Основы теории права. Ключевые правовые институты и отрасли права	5	2		1	2	
12.2	Правовое регулирование социально-культурной деятельности	6	4		-	2	
12.3	Нормативно-правовые документы по охране интеллектуальной собственности и авторского права в сфере культуры	7	2	2	1	2	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>250</b>	<b>92</b>	<b>28</b>	<b>48</b>	<b>82</b>	
	<b>Итоговый контроль: Итоговая аттестационная работа</b>	<b>30</b>			<b>10</b>	<b>20</b>	<b>защита</b>

### 2.3 Календарный учебный график

Образовательный процесс по программе осуществляется в течение всего учебного года, по мере набора слушателей.


Длительность обучения составляет 4 месяца по заочной форме обучения (таблица 4).


Таблица 4


График учебного процесса по программе  
«Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»

1 месяц обучения				2 месяц обучения				3 месяц обучения				4 месяц обучения			
1-я неделя	2-я неделя	3-я неделя	4-я неделя	1-я неделя	2-я неделя	3-я неделя	4-я неделя	1-я неделя	2-я неделя	3-я неделя	4-я неделя	1-я неделя	2-я неделя	3-я неделя	4-я неделя
													Э	Э	И

#### Обозначения:

 – Теоретическое обучение

 Э – Промежуточная аттестация

 И – Итоговая аттестация

## **2.4 Содержание учебных дисциплин**

### **МОДУЛЬ 1 ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

#### **Содержание учебной дисциплины**

#### **1. Теоретические и технологические основы социально-культурной деятельности**

##### **Раздел 1.1 Теоретические основы и научные исследования социально-культурной деятельности**

Социально-культурная деятельность как важная сторона общекультурного процесса, как средство приобщения людей к достижениям национальной и общечеловеческой культуры. Взаимодействие культурно-досуговых учреждений. Отражение важнейших закономерностей образа жизни людей в основных направлениях содержания социально-культурной деятельности.

Понятие принципов организации социально-культурной деятельности и их методологической основы. Плюрализм в социально-культурной деятельности, альтернативность подходов к её содержанию и организации. Гуманизация содержания социально-культурной деятельности, её подчинение интересам, потребностям и установкам личности, задачам социальной и духовной поддержки людей. Диалектическое единство и преемственность культурно-исторического, социально-педагогического и национально-этнического опыта, синтез традиций и инноваций в развитии сферы культуры и досуга.

Развивающий характер социально-культурной деятельности. Социально-культурная деятельность как важная сторона общекультурного процесса. Поддержка социально-культурных инноваций в сфере культуры. Взаимосвязь культуры и искусства с социальной жизнью общества.

Проведение научных исследований в сфере культуры и социально-культурной деятельности. Поддержка, социально-культурных инноваций, молодых дарований в сфере культуры. Социологические теории досуга. Исследование проблем социализации личности и её социально-духовной реабилитации в сфере досуга. Изучение досуговых интересов и потребностей людей. Специфика социологического познания досуга. Программа социологического исследования социально-культурной деятельности. Социологические методы исследования досуга: контент-анализ, наблюдение культурно-досуговых ситуаций, эксперимент. Методика обработки социологической информации. Социологическая диагностика содержания социально-культурной деятельности.

##### **Раздел 1.2 Творческо-производственная деятельность организаций социально-культурной сферы**

Сущность творческо-производственной деятельности учреждения культуры. Понятие о культурно-досуговой программе. Виды и формы культурно-досуговых программ. Проектная деятельность в учреждениях культуры. Сценарно-драматургическая основа культурно-досуговой программы. Соотношение документального и художественного материала в культурно-досуговой программе. Планирование творческо-производственной деятельности учреждения культуры и отчетность по итогам реализации.

Принципы управленческой работы с творческим коллективом. Психологические особенности творческого коллектива. Психологические механизмы социально-культурного воздействия. Психологические условия эффективности деятельности творческого коллектива. Социологическая диагностика содержания социально-культурной деятельности.

Организация творческо-производственной деятельности в учреждениях культуры разных типов (библиотеках, культурных центрах, домах культуры, парках, музеях, концертных организациях). Основные проблемы и перспективы организации творческо-производственной деятельности в современной организации социально-культурной деятельности.



### **Раздел 1.3 Технологии социально-культурной деятельности (средства, формы, методы)**

Средства социально-культурной деятельности, имеющиеся в арсенале работников социально-культурных институтов: живое слово, печать, радио, телевидение, наглядные и технические средства, искусство и спорт, литература и художественная самодеятельность.

Виды средств социально-культурной деятельности: 1. художественно - выразительные средства: живое слово, музыка, драматургия, хореография; 2. изобразительные средства: свет, декорации, костюмы, видеоряд (кино, слайды, видео, телевидение); 3. технические средства: световая, аудио и видеоаппаратура; 4. материальные средства: оборудование, инвентарь, музыкальные инструменты, канцелярские принадлежности, поделочные материалы; 5. финансовые средства.

Взаимосвязь средств социально-культурной деятельности, принципы их выбора с учётом определённого объекта воздействия (дошкольники, подростки, молодёжь, студенты, пенсионеры и т.д.) и тематической направленности мероприятия, проводимого организаторами досуга (вечер вопросов и ответов, «круглый стол», диспут, ток-шоу, конкурсы, аукционы, конференции, брифинги и т.д.).

Требования и правила успешного применения средств социально-культурной деятельности в практике специалиста социально-культурной деятельности.

Формы социально-культурной деятельности. Понятие «форма». Формы социально-культурной деятельности делятся на: массовые, групповые и индивидуальные. Общие требования, отличия (численность аудитории, цель, актуальность мероприятий, сложность и порядок подготовки).

Методы социально-культурной деятельности. Понятие «метод». Классификации методов социально-культурной деятельности. Классификация методов социально-культурной деятельности по Новаторову: а) методы учебно-познавательной, самообразовательной деятельности; б) методы формирования сознания личности; в) методы организации деятельности и формирования опыта общественного поведения; г) методы стимулирования общественного поведения и культурно-досуговой деятельности.

Современные технологии социально-культурной деятельности.

#### ***Тематика семинарского занятия:***

1. Технологические инновации в социально-культурной работе. (1 час).

#### ***Тематика практического занятия:***

1. Привести примеры разных форм социально-культурной деятельности, которые применяются в деятельности учреждения культуры Анализ творческо-производственной деятельности учреждения культуры (1 час).

#### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (4 часа)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины предполагает подготовку к темам семинарского и практического занятий, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Определение понятия «социально-культурная деятельность» в современных терминологических стандартах и справочных изданиях.
2. Особенности и сложности индивидуальной формы социально-культурной работы.
3. Творческо-производственный процесс и его составляющие.
4. Взаимосвязь средств, методов и форм социально-культурной деятельности.

## Содержание учебной дисциплины

### 2. Ресурсная база социально-культурной деятельности

#### **Раздел 2.1 Система и характеристика организаций социально-культурной сферы**

Ресурсная база как совокупность основных компонентов, необходимых для производства конкретного культурного продукта, культурных благ или услуг. Классификация ресурсов (нормативный ресурс, кадровый ресурс, финансовый ресурс, материально-технический ресурс). Социально-демографический ресурс. Морально-этический ресурс.

Классификация социокультурных учреждений по признаку ресурсного обеспечения. Объекты социокультурной сферы государственного федерального значения. Объекты социально-культурной сферы регионального (муниципального) подчинения. Отраслевые учреждения и организации, находящиеся на полной или почти полной самокупаемости.

Характеристика учреждений по принципу использования ресурсной базы. Многопрофильные учреждения. Однопрофильные учреждения. Прокатные (посреднические) организации. Содержание основной (профильной) деятельности социально-культурных учреждений.

#### **Раздел 2.2 Кадровые ресурсы социально-культурной сферы**

Подготовка кадров. Характеристика организационных способностей руководителя социокультурного учреждения. Кадровая политика: кадровое планирование; оценка наличного кадрового (интеллектуального) ресурса; оценка будущих кадровых потребностей; разработка программы удовлетворения будущих потребностей; определение желаемых видов кадрового отбора; определение совокупности целесообразных требований к должностям, занимаемым в социально-культурной сфере; профессиональная подготовка и переподготовка; карьерные передвижения. Ролевые функции руководителя: организатор, мотиватор, диспетчер, генератор.

Система допрофессиональной, профессиональной и постпрофессиональной подготовки и аттестации специалистов социально-культурной деятельности. Субъекты СКД: социальные заказчики (ресурсодержатели), менеджеры-организаторы социально-культурной сферы, творческие работники.

#### **Раздел 2.3 Материально-технические и финансовые ресурсы организаций социокультурной сферы**

Материально-технический ресурс как совокупность орудий труда, предметов и оборудования, имеющих материальную природу и необходимых для производства, распространения и освоения культурного продукта, культурных благ и ценностей в соответствии с выдвинутыми целями и задачами.

Имущество учреждений: основные фонды, оборотные средства, и ценности, стоимость которых отражена на их самостоятельном балансе.

Основные фонды: здания и сооружения, электрические сети, телекоммуникации, аттракционы, хозяйственный, музыкальный, спортивный инвентарь, музейные ценности, реквизит, библиотечные фонды, транспортные средства. Оформление и оборудование учреждений социально-культурной сферы.

#### ***Тематика семинарских занятий:***

1. Особенности использования нормативного, кадрового, финансового и материально-технического ресурсов (1 час).
2. Специфика информационно-методических ресурсов учреждений социокультурной сферы (1 час).

#### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (6 часов)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к теме семинарского занятия, чтение и конспектирование рекомендованных

источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Провести анализ периодических изданий по проблемам использования нормативного, кадрового, финансового и материально-технического ресурсов. Составить таблицу из пяти статей (автор, название, проблемы ресурсного обеспечения).

2. Что входит в понятие «ресурсная база учреждений социально-культурной сферы» и кто относится к субъектам её создания и развития?

3. Особенности кадровой политики в государственных и частных учреждениях социокультурной сферы.

4. Специфика аттестации специалистов-организаторов социально-культурной деятельности.

## **Содержание учебной дисциплины**

### **3. Основы социально-культурного проектирования**

#### **Раздел 3.1 Теоретические основы проектной деятельности организаций социально-культурной сферы**

Особенности программно-проектной деятельности организаций социально-культурной сферы: сущность, термины и определения. Понятия «программа», «проект», «социально-культурного проектирование» и «управление проектами». Проект как категория менеджмента.

Проектная деятельность как вид развивающей стратегии, интегрирующий элементы познавательной, ценностно-ориентационной, преобразовательной, коммуникативной, инновационной деятельности организаций культуры. Компоненты проектной деятельности организаций социально-культурной сферы.

#### **Раздел 3.2 Проект как средство управления социально-культурной деятельностью**

Объективные причины возникновения проектной деятельности организаций социально-культурной сферы как ведущего направления совершенствования и практики управления. Особенности проектной деятельности организаций социально-культурной сферы, отличающие ее от других видов деятельности.

Характеристики социокультурных проектов. Классификации социокультурных проектов по разным признакам: характеру проекта, масштабу проекта, содержанию проекта и др.

#### **Раздел 3.3 Технологические аспекты реализации социокультурных проектов. Основы грантрайтинга. Методика создания заявки на грант**

Понятие технологии разработки и реализации проекта. Структура и основные элементы проекта. Этапы развития («жизненный цикл») проекта.

Первый этап – разработка идеи (концепции) проекта. Основные фазы: оформление идеи проекта, анализ конкретной проблемы, требования к проекту и исследование проектных возможностей.

Второй этап – разработка проекта – планирование проекта в виде последовательных действий, ведущих к достижению целей. Основные фазы: проектный анализ, планирование, составление бюджета.

Третий этап – реализация проекта – выполнение ранее утвержденных планов, реализация принятых проектных решений, достижение базовых целей проекта с учётом изменений внутренней и внешней среды. Основные фазы этапа: разработка организационной структуры и текущий контроль.

Четвертый этап – завершение проекта – достижение конечных целей проекта, а также оценку его эффективности. Основные фазы этапа: заключительный контроль, отчет, оценка эффективности и результативности. Критерии оценки проекта.

Грант: определение, типология и разновидности.

Грантрайтинг: определение понятия, характеристика, значение. Заявка на грант: основные принципы написания, структура заявки. Структура стандартной заявки на грант: аннотация (резюме) проекта; введение или описание (презентация) организации; постановка проблемы; цели и задачи проекта; методы реализации проекта; ожидаемые результаты и критерии их оценки; бюджет; приложения.

Грантодатели (фонды) – организации, рассматривающие заявки и предоставляющие гранты. Типы фондов. Фонды, поддерживающие проекты в библиотечной сфере. Интернет как среда для поиска информации о фондах, грантах и конкурсах.

***Тематика семинарского занятия:***

1. Проектная деятельность организаций социально-культурной сферы как основная форма управленческой инноватики (2 часа).

***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (4 часа)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к теме семинарского занятия, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Понятия «программа», «проект», «управление проектами», «социально-культурного проектирование» в контексте деятельности организаций социально-культурной сферы
2. Этапы развития («жизненный цикл») проекта.
3. Особенности этапа разработки идеи (концепции) проекта.
4. Заявка на грант: основные принципы написания, структура заявки.

## **МОДУЛЬ 2 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

### **Содержание учебной дисциплины**

#### **4. Основы менеджмента**

##### **Раздел 4.1 Менеджмент как сфера профессиональной деятельности. Функции менеджмента**

Общая характеристика и понятие менеджмента. Цели, принципы, функции, уровни и роли управления. Понятие о системах и подсистемах управления. Разделение понятий «управление» и «менеджмент». Руководитель, менеджер, предприниматель: сходства и различия.

Периодизация развития, школы и теории менеджмента. Управленческие революции и формирование профессионального менеджмента. Разделение управленческого труда. Специализация менеджеров. Социально-культурные особенности и исторические основы менеджмента в России. Характер и особенности менеджмента в сфере культуры и искусства.

Управленческие функции как инструменты управления людьми и процессами. Классификации и характеристика управленческих функций.

Стадии и процесс планирования. Нормативный характер планирования. Виды планов. Особенности планирования в сфере культуры и искусства, планирование творческо-производственной деятельности и творческих результатов и процессов.

Организация деятельности как функция управления. Определение параметров работ и обеспечение ресурсами как факторы влияния на запланированный результат. Нормирование и инструктирование по выполняемым задачам.

Руководство и контроль. Цели и задачи руководства. Принципы контроля. Взаимосвязь с целями работ, бюджетом и квалификацией исполнителей. Самоконтроль. Особенности контроля творческих процессов и мероприятий.

Мотивация. Практика мотивации в организациях культуры и искусства как проблема управления. Научный подход к мотивации. Должностной рост. Санкции. Влияние на удовлетворенность работой и результативность для организации.

#### **Раздел 4.2 Управление персоналом и творческо-производственной деятельностью работников организаций культуры и искусства**

Персонал и концепции руководства персоналом. Классификация должностей. Требования к работникам, характер их трудовой деятельности. Должностные инструкции. Содержание, система и методы подбора компетентного персонала. Подбор и обучение персонала работников организаций культуры и искусства. Аттестация и профстандарты. Оценка персонала. Организация служб по работе с персоналом.

Понятие и характеристика группы. Взаимовлияние и взаимозависимость человека, группы и организации. Усвоение сотрудником норм и ценностей группы. Факторы, влияющие на эффективность группы. Групповое влияние на организацию. Адаптация человека к групповому окружению и изменение его поведения.

Понятие, причины и структура конфликта. Типология и стадии развития конфликта. Управление конфликтами. Методы разрешения конфликтов. Организационные и психологические особенности конфликтов в творческо-производственной деятельности.

#### **Раздел 4.3 Организационная культура и этика управления**

Понятие и структура организационной культуры. Ценности и ценностные ориентации как основа организационной культуры. Уровни организационной культуры: символы, ценности и верования. Концепции и содержание организационной культуры. Формирование организационной культуры. Методы поддержания и управления организационной культуры. Толерантность и социальные, этнические, конфессиональные, культурные основы организационной этики. Управленческая этика: понятие, принципы. Этический кодекс. Этические нормы в практике ведения деловых отношений.

##### ***Тематика семинарского занятия:***

1. Профилактика конфликтов. Антиконфликтная мотивация. Негативные и позитивные последствия конфликтов. (2 часа).

##### ***Тематика практического занятия:***

1. Влияние организационной культуры на эффективность организации социально-культурной сферы. Изучение примеров из практики. (2 часа).

##### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (6 часов)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к темам семинарского и практического занятий, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Значения менеджмента как вида деятельности, как процесса управления, органа или аппарата управления, науки и искусства управления.

2. Теории мотивации (А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макклелланд, У. Джемс). Системы стимулирования труда в российском менеджменте (примеры из практики организаций культуры и искусства).

3. Адаптация работника к групповому окружению и изменение его поведения в трудовом коллективе.

4. Возможные причины и примеры конфликтных ситуаций в творческом коллективе.

5. Этика и социальная ответственность руководителя. Этические качества руководителя.

## Содержание учебной дисциплины

### 5. Стратегический менеджмент

#### **Раздел 5.1 Стратегическое управление и стратегическое планирование. Конкурентоспособность организации**

Сущность и особенности стратегического менеджмента, как комплекса стратегических решений. Этапы и функции стратегического менеджмента. Процесс стратегического менеджмента. Виды, содержание и структура стратегического управления.

Формирование виденья и миссии в управлении. Миссия, цели и имидж организации. Цели и приоритеты творческо-производственной деятельности учреждений культуры.

Сущность стратегического планирования и его варианты. Особенности стратегического планирования в организациях социально-культурной сферы. Стратегический план и его структура

#### **Раздел 5.2 Стратегический анализ**

Анализ внешней среды. Анализ макроокружения. Анализ непосредственного окружения. Анализ внутренней среды. Анализ организационной культуры. Методы анализа. SWOT-анализ. PEST-анализ.

#### **Раздел 5.3 Разработка и реализация стратегии организации**

Классификация стратегий. Базовые стратегии. Стратегия достижения конкурентных преимуществ. Стратегии поведения в конкурентной среде. Отраслевые стратегии. Портфельные стратегии. Функциональные стратегии. Формирование и реализация стратегии организации культуры.

#### ***Тематика семинарских занятий:***

1. Состав и содержание стратегии организации. Принципы стратегического планирования (2 часа).

2. Использование бюджетирования в стратегическом управлении организацией социально-культурной сферы. (2 часа).

#### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (6 часов)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины предполагает подготовку к темам семинарских занятий, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Суть стратегического аспекта в управлении развитием организации. Примеры из практики деятельности организаций культуры.

2. Макросреда организации культуры: основные направления стратегического анализа. Мезосреда организации культуры: основные направления стратегического анализа.

3. Выбор базовой конкурентной стратегии организации культуры.

## Содержание учебной дисциплины

### 6. Управленческие решения

#### **Раздел 6.1 Сущность, цели, задачи, методы и принципы разработки управленческих решений**

Понятие «решение». Общие сведения о теории принятия решений. Процедура и основания для принятия решения. Понятие и функции управленческого решения (УР). Творческий характер управленческих решений: интуитивный и рациональный подходы. Сущностные характеристики управленческого решения и лиц, принимающих решения (ЛПР). Экономическая, социальная, правовая и технологическая цель и задачи принятия управленческого решения. Принципы принятия решений. Факторы качества управленческих решений.

## **Раздел 6.2 Этапы и технологии разработки управленческих решений**

Характеристика основных этапов разработки управленческих решений. Сущность и содержание процесса подготовки к разработке управленческого решения. Сущность и содержание процесса разработки управленческого решения. Сущность и содержание процесса принятия решения, реализации, анализа результатов. Понятие «критерий». Требования к критериям. Виды критериев. Однокритериальные и многокритериальные системы. Выбор критерия. Форма критерия, шкалы для измерения значения критериев. Технологии измерения критериев.

## **Раздел 6.3 Принятие решений в условиях риска. Эффективность управленческих решений**

Определение понятия «риск». Сущность и классификация рисков. Чистые, спекулятивные, инвестиционные риски. Методы управления рисками. Рекомендации менеджеру по управлению рисками. Факторы оценки природы риска. Стратегии управления риском и причины пренебрежения риском. Психологические тенденции отношения к риску. Проблемы разработки и выбора управленческих решений в условиях неопределенности и риска.

Типичные ошибки менеджера в принятии управленческих решений. Сущность и составляющие эффективности управленческих решений. Факторы, определяющие эффективность управленческих решений. Критерии эффективности управленческого решения.

### ***Тематика практического занятия:***

1. Описать факторы и критерии, определяющие эффективность управленческих решений в организациях культуры. (2 часа).

### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (6 часов)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к теме практического занятия, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Подготовка и кадровое обеспечение принятия управленческого решения. делегирование полномочий.
2. Особенности принятия решений по управлению персоналом организаций культуры. Функции управленческого решения в методологии и организации процесса управления организацией культуры.
3. Типовой алгоритм разработки управленческого решения, его характеристика.
4. Требования к качеству и эффективности управленческих решений.
5. Классификация управленческих решений по характеру решения задач, времени действия, уровням принятия: стратегические, тактические, оперативные.

## **Содержание учебной дисциплины**

### **7. Основы предпринимательской деятельности**

#### **Раздел 7.1 Сущность и содержание предпринимательской деятельности. Приносящая доход деятельность организаций культуры**

Сущность и значение предпринимательской деятельности. Принципиальное отличие предпринимательства от других видов деятельности. Предпринимательская среда. Субъекты предпринимательской деятельности: предприниматели, партнеры по бизнесу, наёмные работники, государство, их интересы, цели и задачи. Основные правовые нормы деятельности предпринимателей: их права, обязанности и ответственность.

Возможность оказания платных услуг в учреждениях культуры. Перечень платных услуг и ценообразование на услуги в организациях культуры. ФЗ РФ № 3612-1 «Основы законодательства российской федерации о культуре» от 9 октября 1992 года, статья 47. «Приносящая доходы деятельность государственных и муниципальных организаций культуры».

## **Раздел 7.2 Собственность организаций и их организационно-экономические формы**

Сущность, типы и формы собственности. Частная, коллективная и государственная собственность. Основные виды предприятий и их организационные формы. Формы предпринимательской деятельности. Индивидуальные и коллективные предприниматели, их объединения и союзы. Государственные и негосударственные учреждения культуры всех типов и видов по ведомственной принадлежности (ОКОГУ) и организационно-правовым формам (ОКОПФ).

## **Раздел 7.3 Основы бизнес-планирования. Коммерческая деятельность предпринимателя**

Понятие бизнес-планирования. Структура бизнес-плана. Содержание бизнес-плана. Сущность, виды и методы проведения коммерческих сделок. Выбор коммерческих партнеров в условиях конкуренции. Договор – основной документ коммерческой сделки. Понятие и основные функции гражданско-правового договора. Лизинг: сущность, объекты, субъекты, сроки. Преимущества и недостатки. Договор лизинга. Франчайзинг: сущность, преимущества и недостатки. Договор франчайзинга. Права, обязанности и ответственность франчайзера. Возможности применения франчайзинга в организациях социально-культурной сферы.

### ***Тематика практического занятия:***

1. Этапы открытия собственного предприятия. Государственная регистрация предпринимателей как неременное условие начала их предпринимательской деятельности. Основные документы государственной регистрации предпринимателей. Порядок прохождения государственной регистрации предпринимателей. Лицензируемые виды деятельности. (2 часа).

### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (6 часов)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к теме практического занятия, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Предпринимательство как экономический ресурс. Стимулы предпринимательства. Предпринимательские риски.
2. Инициативный и самостоятельный характер предпринимательской деятельности. Роль государства в её экономическом регулировании.
3. Финансово-экономическая и хозяйственная деятельность учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации.
4. Социальная ответственность, психология и этика предпринимательства.

## **Содержание учебной дисциплины**

### **8. Технологии менеджмента социально-культурной деятельности**

#### **Раздел 8.1 Технологии управления персоналом в социокультурном учреждении**

Технология self-management в деятельности руководителя учреждения культуры. Виды социокультурного менеджмента и функции менеджера. Профессиональная компетентность социокультурного менеджера. Формы управленческих отношений в коллективе. Управление кадрами в социокультурном учреждении. Профессиональная управленческая компетентность. Технологии коммуникаций. Умение адаптироваться в коллективе. Умение делегировать полномочия.

Технология time-management как основа self-management руководителя учреждения культуры. Значение фактора времени в деятельности руководителя учреждения культуры. Принципы эффективного использования времени. Правила личной организованности и самодисциплины. Методы учёта и анализа использования времени руководителя.



Технология self-administration в деятельности учреждения культуры. Методы опосредованного и сопряченного менеджмента: делегирование части функций управления структурными подразделениями учреждения культуры на основе взаимного доверия и общей заинтересованности в результатах деятельности. Организация сопряченного менеджмента с участием совета коллектива, инициативных групп и актива учреждения. Вовлечение в процесс управления неформальных лидеров творческих коллективов и общественных организаций.

## **Раздел 8.2 Технологии планирования и организационного обеспечения социально-культурной деятельности**

Способы планирования в сфере социально-культурной деятельности: традиционный (директивный), нормативно-целевой, программно-целевой. Методы планирования: аналитический (экстраполяция), нормативный, программный. Основные этапы планирования: организационно-подготовительный этап; этап разработки плана; этап согласования и утверждения плана; этап популяризации плана и организация контроля исполнения. Сущность и виды контроля выполнения плановых заданий, условия оптимального применения контроля в сфере социально-культурной деятельности. Условия успешного осуществления плановых заданий. Понятие «плановый показатель», виды плановых показателей в сфере социально-культурной деятельности.

## **Раздел 8.3 Технологии информационного обеспечения социально-культурной деятельности**

Менеджмент как коммуникативная деятельность. Основные коммуникативные каналы в учреждении культуры. Дифференциация управленческой информации по содержанию. Информация формальная и неформальная. Подсистемы формальной информации: подсистема бухгалтерско-статистической информации, подсистема учёта и работы с кадрами, подсистема производственно-творческой деятельности, подсистема организационной деятельности и др. Информационный шум: понятие, причины возникновения и факторы преодоления. Информационные ресурсы социокультурного менеджмента. Информационные технологии: понятие, их функциональное значение во внутреннем организационном пространстве и во взаимодействии учреждения культуры с внешней средой. Понятие информационной технологии управления (ИТУ). Организация и средства информационных технологий обеспечения управленческой деятельности. Электронные системы документооборота. Организационное и техническое обеспечение электронного документооборота управленческой деятельности. Технология автоматизации офиса. Понятие офиса. Офис как информационная, коммуникационная и социотехническая системы. Понятие электронного офиса. Виртуальный офис.

### ***Тематика практического занятия:***

1. Подбор персонала и профориентация в организации культуры (1 час).

### ***Тематика семинарского занятия:***

1. Информация как инструмент менеджмента в организации культуры (1 час).

### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (6 часов)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к темам семинарского и практического занятий, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Виды плановых показателей в сфере социально-культурной деятельности.
2. Информационные ресурсы социокультурного менеджмента.
3. Организационно-технологические основы управления персоналом.
4. Электронные системы документооборота в организациях культуры.

## МОДУЛЬ 3 ЭКОНОМИКА, МАРКЕТИНГ, ПРАВО

### Содержание учебной дисциплины

#### 9. Экономика социально-культурной сферы

##### **Раздел 9.1 Сущность экономических процессов в социально-культурной сфере**

Основные положения и методы экономики, применяемые в деятельности организаций социально-культурной сферы. Цели и задачи дисциплины «Экономика социально-культурной сферы».

История дисциплины «Экономика социально-культурной сферы». Открытие и практикоприменимость в сфере культуры закона «Баумоля-Боуэна». Экстерналии (внешние эффекты). Отрицательные внешние эффекты. Положительные внешние эффекты. Необходимость и способы нейтрализации внешних эффектов. Теория А. Пигу о вмешательстве государства. Теорема Коуза. Понятие общественных и частных благ. Равновесие Э. Линдаля. Модель К. Тибу.

Специфика экономики отдельных отраслей социально-культурной сферы (культуры, образования, здравоохранения, социального обеспечения и т.п.).

Специфика экономики подотраслей культурной сферы (экономика клубной деятельности, экономика музейного и библиотечного дела, экономика театра, экономика кинопроизводства и кинопроката, экономика туризма, экономика шоу-бизнеса и т.п.).

Понятие культурной деятельности, культурных ценностей и культурных благ.

Формы собственности в культуре. Коммерческие и некоммерческие организации культуры.

Социально-культурная услуга как нематериальное благо и социально-экономическое отношение, её отличие от товара. «Производитель» и «потребитель» культурных благ как субъекты культурной деятельности. Экономическая модель культурного процесса.

Механизм спроса и предложения на рынке культурных услуг. Специфика потребительной стоимости в сфере культуры. Особенности производства в социально-культурной сфере.

Реформы в сфере культуры с середины 90-х гг. 20 в. Переход от старой традиционной системы управления к новой общественно-государственной системе развития сферы культуры. Понятие и принципы построения государственной культурной политики. Особенности региональной культурной политики, её экономические цели, задачи и приоритеты. Муниципальная культурная политика. Необходимость государственного управления культурой. Государственное управление культурой в РФ. Деятельность Министерства культуры Российской Федерации. Региональные органы управления культурой.

##### **Раздел 9.2 Многоканальная система финансирования социально-культурной сферы**

Понятие многоканальной системы финансирования. Модели финансирования культурных институтов: американская и европейская практика. Типы поведения государства к процессу финансирования культуры и искусства: государство-инженер, государство-архитектор, государство-патрон, государство-помощник.

Виды помощи государства сфере культуры и искусства (мировой опыт). Экономические инструменты, с помощью которых государства мира оказывают помощь организациям и деятелям культуры.

Изменение системы финансирования бюджетных организаций социально-культурной сферы с 01.01.11 г. в связи с введением новой структуры государственных и муниципальных учреждений. Основные положения Федерального закона РФ от 08.05.2010 N 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений». Характеристика казенных учреждений. Характеристика бюджетных учрежде-

ний. Характеристика автономных учреждений. Основные отличия новых типов организаций социально-культурной сферы. Виды финансирования в зависимости от типа организации культуры. Характеристика типов источников формирования финансовых ресурсов в социально-культурной сфере: государственные, привлеченные, собственные средства.

Правовая регламентация государственного финансирования сферы культуры. Тенденция сокращения бюджетных обязательств государства в области культуры.

Механизмы прямого бюджетного финансирования учреждений социально-культурной сферы. Сметное финансирование. Понятие государственного (муниципального) задания. Субсидиарное финансирование учреждений культур в рамках выполнения государственного (муниципального) задания.

Финансирование учреждений культуры через социально-творческие (социально-культурных) заказы. Финансирование учреждений культуры по программно-целевому принципу. Федеральная целевая программа Российской Федерации «Культура России (2012–2018 годы)».

Косвенное бюджетное финансирование учреждений социально-культурной сферы: налоговые и таможенные льготы, льготы по оплате коммунальных услуг и арендной платы, возможность получения льготных кредитов или кредитов под гарантии государства.

Внебюджетные источники финансирования организаций культуры: благотворительность (спонсорство, меценатство, пожертвование, патронаж); предпринимательская деятельность; коммерческая деятельность (платные услуги); кредиты банков и др.

Спонсорство и меценатство как источники дополнительного финансирования в сфере культуры. Разграничение этих понятий. Мировой и отечественный опыт спонсорства в сфере культуры. Понятие о фандрайзинге. Методика проведения и инструменты фандрайзинга. Принципы составления фандрайзинговой заявки.

Эппликантрайзинг как новый вид спонсорства. Механизм эппликантрайзинга.

Понятие фонда целевого капитала или эндаумент-фонда. Мировая практика финансирования непромышленной сферы с помощью эндаумент-фондов. Целевой капитал организаций культуры в России: нормативное регулирование и практика правоприменения. Основные положения Федерального закона РФ от 30.12.2006 № 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций».

Процедура формирования целевого капитала некоммерческой организации. Примеры российских фондов целевого капитала.

Преимущества фонда целевого капитала организации культуры перед простым благотворительным фондом. Проблемы и перспективы развития отрасли фондов целевого капитала в России.

Краудфандинг – народное финансирование организаций социально-культурной сферы и социально-культурных проектов. Механизм краудфандинга. История и практика краудфандинга: мировой и отечественный опыт.

### **Раздел 9.3 Экономико-хозяйственная деятельность организаций культурной отрасли**

Трудовые отношения в сфере культуры, их отраслевая специфика. Компоненты сферы труда в организациях культуры: кадровая работа, мотивация труда и трудовые отношения. Правовая основа трудовых отношений в России.

Понятие рабочего времени, рабочей силы, человеческого капитала. Характеристика структуры персонала, занятого в учреждениях культуры. Штатное расписание в организациях культуры.

Формы оплаты труда. Понятие гонорара, роялти, гранта. Почасовая оплата. Оплата за совместительство. Разовое вознаграждение.

Реформирование оплаты труда работников сферы культуры (федеральная концепция). Постановление Правительства РФ от 22.09.2007 №605 «О введении новых систем оплаты труда бюджетных учреждений и гражданского персонала воинских частей, оплата

которых осуществляется на основе ЕТС по оплате труда работников федеральных государственных учреждений».

Отраслевая система оплаты труда в социально-культурной сфере. Отличия НСОТ от ЕТС. Понятие и способы расчёта базовых должностных окладов, стимулирующих и компенсирующих выплат работникам культуры.

Теоретические вопросы ценообразования на услуги в сфере культуры. Виды цен в сфере культуры. Различия между себестоимостью и ценой на социально-культурные услуги.

Понятие ценообразования. Специфика и факторы, влияющие на процесс ценообразования в социально-культурной сфере. Ценовые стратегии в коммерческом секторе социально-культурной сферы.

Ценовые стратегии в сфере культуры: стратегия высоких цен, стратегия средних цен, стратегия низких цен (проникновение на рынок), стратегия льготных цен, стратегия следования за лидером.

Методы ценообразования в сфере культуры: метод с учетом цен конкурентов, метод на основе спроса потребителей, метод на основе издержек. Модификация цен по географическому принципу. Установление различных цен для разных потребительских сегментов.

Предпринимательская и коммерческая деятельности в сфере культуры. Частные предприятия в сфере досугового и шоу-бизнеса. Платные услуги, их роль в индивидуализации и дифференциации культурных потребностей населения. Преимущества и недостатки системы платных форм культурной деятельности. Примерный перечень платных услуг, предоставляемых учреждениями культуры.

#### ***Тематика семинарского занятия:***

1. Современное состояние социально-культурной сферы в России (2 часа).

#### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к теме семинарского занятия, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Тенденции потребления культурных благ и услуг населением России.
2. Динамика государственного финансирования сферы культуры (за последние 5 лет).
3. Современная государственная культурная политика Российской Федерации: экономико-правовые аспекты.
4. Современная региональная культурная политика (на примере конкретного региона).
5. Международное экономическое сотрудничество в области культуры.

### **Содержание учебной дисциплины**

#### **10. Основы маркетинга**

##### **Раздел 10.1 Теоретические основы маркетинга**

Определения, терминология и теоретические основы маркетинга, сущность основных концепций маркетинга, виды и задачи маркетинга. Особенности маркетинга сферы услуг, в частности, социально-культурных услуг и связанные с этим сложности применимости маркетинга в практике организаций социально-культурной сферы, способы преодоления возникающих проблем. Актуальность маркетинга в деятельности современных организаций социально-культурной сферы.

Классический комплекс маркетинга 4-Р. Комплекс маркетинга 6-Р, отражающий специфику маркетинга социально-культурной сферы. Товар (услуга) в системе комплекса маркетинга. Уровни товара (услуги), основные характеристики ассортимента товара

(услуги), фазы жизненного цикла товара (услуги), основные факторы конкурентоспособности товара (услуги), основные товарные стратегии организации СКС.

Ценообразование – важнейшее направление маркетинговой деятельности. Маркетинговые подходы к формированию цены товара (услуги), основные виды цен, методы расчета цены, маркетинговые ценовые стратегии.

### **Раздел 10.2 Организация маркетинговой деятельности в социально-культурной сфере**

Механизм организации службы маркетинга в учреждениях культуры. Структура отдела маркетинга, функции и обязанности сотрудников, механизм и принципы формирования маркетингового бюджета.

Понятие, принципы формирования системы стимулирования сбыта в социально-культурной сфере, назначение современных направлений ФОССИС в деятельности организаций культуры.

Планирование и контроль в маркетинге. Система планирования маркетинга, виды планов, принципы разработки плана маркетинга, сфера и элементы контроля маркетинга.

### **Раздел 10.3 Проведение маркетинговых исследований в социально-культурной сфере**

Понятие внешней маркетинговой среды организаций социально-культурной сферы, важность её влияние на эффективность деятельности организаций культуры.

Понятие маркетинговой информации и маркетинговых исследований, виды, принципы и методика проведения маркетинговых исследований, применимость и необходимость в социально-культурной сфере.

Понятие рыночного сегмента, рыночной ниши и рыночного окна, определение и принципы сегментирования, применимость и необходимость в социально-культурной сфере.

#### ***Тематика семинарского занятия:***

1. Практика маркетинговой деятельности организаций социально-культурной сферы (2 часа).

#### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (6 часов)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к теме семинарского занятия, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Маркетинговая среда организации социально-культурной сферы.
2. Деятельность по развитию электронных маркетинговых коммуникаций организации социально-культурной сферы.
3. Корпоративный стиль организации социально-культурной сферы.
4. Разработка программы лояльности организации социально-культурной сферы.
5. Разработка ценовой политики организации социально-культурной сферы в рамках комплекса маркетинга.
6. Создание службы маркетинга в организации социально-культурной сферы.

## **Содержание учебной дисциплины (модуля)**

### **11. Реклама и связи с общественностью**

#### **Раздел 11.1 Понятие, цель и место PR-технологий в продвижении социально-культурной деятельности**

Связи с общественностью как область знания и сфера деятельности. Специфика связей с общественностью в работе социокультурных организаций. Основные цели связей с общественностью. Понятие общественности. Современные методы информирования, убеждения и внушения. Эффекты заражения и моды. Технологические основы PR.

Основные пути и средства сохранения и повышения репутации субъектов социально-культурной деятельности: решение задач формирования имиджа, позиционирования и персонификации. PR в сфере взаимодействия со СМИ. Инструменты работы пиар-службы со СМИ: пресс-релиз, бэкграундер, медиа-кит, факт-лист и обзорные статьи. Выбор средств массовой информации, используемых в связях с общественностью. Эффективность использования средств массовой информации для различных мероприятий и программ по связям с общественностью.

Понятие копирайтинга, функции копирайтера. Общие правила подготовки пресс-релиза. Оформление пресс-релизов. Брифинги, интервью и беседы, пресс-конференции. Алгоритм проведения пресс-конференций и брифингов. Актуальность данного направления связей с общественностью в социально-культурной деятельности.

Выставка в связях с общественностью. Организация ярмарок. Презентация. Полиграфические, киноаудиовизуальные и электронные средства в связях с общественностью.

Подготовка публичных выступлений в аудитории, по радио, на телевидении. Размещение газетно-журнальных сообщений. Этические аспекты PR в социально-культурной сфере.

## **Раздел 11.2 Понятие, виды, инструменты рекламы. Продвижение организаций социально-культурной сферы средствами рекламы**

Понятие, сущность и функции рекламы. Применимость и задачи рекламы в деятельности организаций социально-культурной сферы. Базисные типы рекламы. Информативная, убеждающая и напоминающая реклама. Рациональная и эмоциональная реклама. Селективная (избирательная) реклама, массовая реклама. Локальная, региональная, общенациональная, международная реклама.

Каналы распространения рекламы. Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Реклама на выставках и ярмарках. Реклама в Интернете.

Рекламная кампания: цели и методы проведения. Разработка плана рекламной кампании. Проведение рекламной кампании в социально-культурной сфере.

Мировой и отечественный рынок рекламы: состояние, тенденции. Нормативные документы, на основе которых осуществляется правовое регулирование рекламной деятельности в России и за рубежом. Закон Российской Федерации от 13.03.2006 г. «О рекламе».

### ***Тематика семинарского занятия:***

1. Соотношение понятий и функций коммуникаций: связи с общественностью и реклама, связи с общественностью и пропаганда, связи с общественностью и маркетинг, связи с общественностью и паблисити. Выбор рекламных и PR-технологий в деятельности организаций социально-культурной сферы. (2 часа).

### ***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (4 часа).***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к теме семинарского занятия, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Понятие общественности. Целевые группы, относящиеся к общественности.
2. PR-материалы для внешней аудитории. Контакты с целевыми аудиториями в практике PR. Обратная PR-связь в деятельности организаций социально-культурной сферы.
3. Этапы разработки и реализации рекламной кампании в организации социально-культурной сферы.
4. Закон Российской Федерации от 13.03.2006 г. «О рекламе». Анализ ФЗ РФ «О рекламе» (Сфера применения ФЗ РФ «О рекламе» (ст.2); Общие требования к рекламе (ст.5); Особые условия рекламирования (ст.6, ст.7); Социальная реклама (ст.10); Особен-

ности отдельных способов рекламирования (гл. 2); Особенности рекламы отдельных видов товаров (гл. 3); Ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе (ст.38).

### **Содержание учебной дисциплины (модуля)**

## **12. Правовое регулирование социально-культурной сферы**

### **Раздел 12.1 Основы теории права. Ключевые правовые институты и отрасли права**

Право: понятие, нормы, отрасли. Понятие права, его признаки. Соотношение права и государства. Функции права и сферы его применения. Право как нормативная форма общественного сознания. Взаимосвязь права и социального порядка. Норма права, ее структура. Формы (источники) права. Их связь с экономической и политической сферами. Закон и подзаконные акты. Конституция - основной закон государства и общества. Отрасли права: понятие и система.

Правоотношения и их участники. Понятие и состав правоотношения. Участники (субъекты) правоотношений. Физические и юридические лица, их правоспособность и дееспособность. Деликтоспособность. Субъекты публичного права. Государственные органы и должностные лица. Понятия компетенции и правомочий. Субъективное право и юридическая обязанность: понятие и виды. Юридические факты как основания возникновения, изменения и прекращения правовых отношений.

Правонарушение и юридическая ответственность. Понятие, признаки и состав правонарушения. Субъект, объект, субъективная, объективная стороны правонарушения. Виды правонарушений. Понятие, основные признаки и виды юридической ответственности. Основание возникновения юридической ответственности. Процессуальные гарантии прав лица, привлеченного к ответственности. Законность и обоснованность ответственности.

Понятие гражданских правоотношений. Физические и юридические лица. Право собственности. Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение. Наследственное право. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву. Трудовой договор. Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение. Административное правонарушение и административная ответственность. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений. Экологическое право. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности. Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.

### **Раздел 12.2 Правовое регулирование социально-культурной деятельности**

Социально-культурная деятельность как объект правового регулирования. Особенности правового статуса учреждений социально-культурной сферы и роль права в регулировании их деятельности. Источники правового регулирования организаций культуры. Международные акты в социально-культурной сфере. Нормативно-правовые акты России в социально-культурной сфере и их виды.

### **Раздел 12.3 Законодательное регулирование интеллектуальной деятельности и авторского права в сфере культуры**

Интеллектуальная собственность как объект правового регулирования. Особенности интеллектуальной собственности и авторского права в сфере культуры и их значение. Источники правового регулирования интеллектуальной собственности в сфере культуры. Международно-правовые акты, регулирующие интеллектуальную собственность. Внутригосударственное законодательство, регулирующее интеллектуальную собственность. Роль саморегулирования и органов коллективного управления авторскими и смежными правами. Авторские и смежные права в сфере культуры и их реализация. Средства индивидуализации учреждений культуры.

***Тематика семинарского занятия:***

1. Франчайзинг – новая форма торговли результатами интеллектуальной деятельности (2 часа).

***Самостоятельная работа по учебной дисциплине (4 часа)***

Самостоятельная работа по освоению учебной дисциплины (модуля) предполагает подготовку к теме семинарского занятия, чтение и конспектирование рекомендованных источников (см. Список литературы в *Приложении № 1*), самостоятельное изучение и письменные ответы на следующие вопросы:

1. Источники права и правотворчество. Система права и природа правоотношений.
2. Фирменное наименование как средство индивидуализации юридического лица.
3. Товарный знак (знак обслуживания) как средство индивидуализации товаров работ (услуг).
4. Коммерческое обозначение как средство индивидуализации организации культуры.



### 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

#### 3.1 Материально-технические условия реализации программы

Для реализации дополнительной профессиональной программы «Социально-культурная деятельность: менеджмент организации» Рязанский филиал МГИК располагает необходимой материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторной и практической работы слушателей, предусмотренных учебным планом по программе, и соответствующей действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам.

Перечень материально-технического обеспечения Филиала включает в себя учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные видеопроекторным и мультимедийным оборудованием, специально оборудованные кабинеты и лаборатории, компьютерные классы, учебную библиотеку с абонементом и читальным залом (таблица 5).

Реализация учебного процесса по ряду дисциплин дополнительной профессиональной программы обеспечивается современной компьютерной техникой. Все компьютеры объединены в локальную сеть, интегрированную в Интернет. Для организации самостоятельной подготовки по дисциплинам дополнительной профессиональной программы с использованием удаленных электронных информационных ресурсов студенты обеспечиваются рабочими местами в читальном зале библиотеки и компьютерных классах с выходом в Интернет.

Филиал располагает необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения: Windows XP Home, Windows Vista Business Russian, COREL Designer Technical Suite, MS Office 2007 Russian OLP NL AE, Adobe Photoshop CS3 Russian, Антивирус NOD32 Enterprise Edition, Autodesk 3ds Max 9, ABBYY FineReader 9.0 Professional Edit, Windows Svr Ent 2003 R2 Russian OLP NL AE, «Антиплагиат. Вуз», «КонсультантПлюс» и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в учебных аудиториях здания Филиала, расположенного по адресу г. Рязань, ул. Ленина, д. 1/70.

Таблица 5

Материально-техническое обеспечение реализации программы  
«Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»

№№ п/п	Наименование помещений для аудиторной и самостоятельной работы	Оснащенность помещений для аудиторной и самостоятельной работы
1	Аудитория № 206 для лекционных, практических занятий и самостоятельной работы	<b>I. Общие сведения</b> 1. Общая площадь (кв. м) – 45,8 2. Площадь рабочего места преподавателя (кв. м) – 2 3. Площадь, отведенная обучающимся (кв. м) – 41,8 4. Количество рабочих мест – 20 5. Площадь на 1 обучающегося (кв. м) – 2,09  <b>II. Оборудование:</b> Доска для маркера - 1 шт. Стол компьютерный – 20 шт. Стул – 22 шт.

		Компьютеры – 12 шт. Системный блок – 12 шт. Сетевой роутер – 1
2	<b>Аудитория № 215</b> для семинарских, практических занятий и самостоятельной работы	<b>I. Общие сведения</b> 1. Общая площадь (кв. м) – 29,4 2. Площадь рабочего места преподавателя (кв. м) – 2 3. Площадь, отведенная обучающимся (кв. м) – 25,4 4. Количество рабочих мест – 18 5. Площадь на 1 обучающегося (кв. м) – 1,39  <b>II. Оборудование:</b> Стол – 13 шт. Стол компьютерный – 7 шт. Стул – 26 шт. Доска аудиторная маркерная магнитная – 1 шт. Трибуна – 1 шт. Тумба – 1 шт. Телевизор Panasonic Gao070 – 1 шт. Рабочие станции – 6 шт. Сканер Epson – 1 шт.
3	<b>Аудитория № 317</b> для лекционных, семинарских занятий.	<b>I. Общие сведения</b> 1. Общая площадь (кв. м) – 45,4 2. Площадь рабочего места преподавателя (кв. м) – 4 3. Площадь, отведенная обучающимся (кв. м) – 41,4 4. Количество рабочих мест – 36 5. Площадь на 1 обучающегося (кв. м) – 1,15  <b>II. Оборудование:</b> Стол – 20 шт. Стул – 38 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Проектор Acer – 1 шт. Экран Lumien – 1 шт. Кафедра – 1 шт. Компьютер – 1 шт.
4	<b>Аудитория № 219</b> для лекционных, семинарских занятий.	<b>I. Общие сведения</b> 1. Общая площадь (кв. м) – 45 2. Площадь рабочего места преподавателя (кв. м) – 2 3. Площадь, отведенная обучающимся (кв. м) – 41 4. Количество рабочих мест – 18 5. Площадь на 1 обучающегося (кв. м) – 1,46

		<p><b>II. Оборудование:</b>          Стол – 14 шт.          Стул – 24 шт.          Доска аудиторная – 1 шт.          Трибуна – 1</p>
--	--	--

### 3.2 Учебно-методическое обеспечение реализации программы

Дополнительная профессиональная программа «**Социально-культурная деятельность: менеджмент организации**» обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам (модулям).

Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса по программе включает в себя:

- комплекс основных учебников, учебно-методических пособий и информационных ресурсов по всем дисциплинам (модулям);
- комплекс методических рекомендаций и информационных ресурсов по организации самостоятельной работы слушателей программы;
- библиотечно-информационное обслуживание слушателей программы.

Библиотечный фонд Филиала укомплектован печатными и электронными изданиями по дисциплинам (модулям) учебного плана программы. Библиотечный фонд Филиала включает 88 730 экз., из них учебной литературы – 45 586 экз., научной – 1970 экз., периодических изданий – 16.

На кафедре социально-культурной деятельности и созданном при ней учебно-методическом кабинете сформирован фонд научных, справочных, учебных, методических, информационно-библиографических и периодических изданий.

Каждый слушатель программы обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) Филиала (<http://www.library.rfmguki.ru>) и головного института МГИК (<http://elib.msuc.org>), содержащих полнотекстовые электронные ресурсы учебной, справочной, научной литературы и периодических изданий.

Для освоения дополнительной профессиональной программы «**Социально-культурная деятельность: менеджмент организации**» рекомендуются следующие информационно-образовательные ресурсы:

#### 1. Основная литература:

1. Артемьева Т.В. Фандрайзинг: привлечения средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: учеб. пособие /Т.В. Артемьева, Г.Л. Тульчинский – СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2010. – 288с. ил.

2. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. – М.: Издательский дом МГУКИ, 2010. – 396 с.

3. Калинин В.В. Основы менеджмента: учеб.-метод. пособие /В.В. Калинин– Рязань, РЗИ (ф) МГУКИ, 2008.

4. Киселева Т.Г., Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: учебник. /Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. - М.: МГУКИ, 2004. – 539 с.

5. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум: учеб. пособие /Е.Л. Шекова, Г.Л. Тульчинский, В.Н. Евланов и др.; под ред. Е.Л. Шековой.- СПб.:Лань; ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2012.

6. Мескон, М.Х. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – 3-е изд. – М.: Вильямс, 2007. – 488 с.

7. Новикова Г.Н. Технологические основы социально-культурной деятельности: учеб. пособие /Г.Н. Новикова.- 3- изд., испр. и доп. – М.: МГУКИ. – 2010. – 158 с.

8. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие /Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2009. – 544 с.

## **2. Дополнительная литература:**

9. Болотников, И.М., Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. Учебное пособие, СПбГУКИ, 2007. - 448 с.
10. Герчикова, И. Н. Менеджмент: учеб. для вузов / И. Н. Герчикова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 499 с. – (Гриф Министерства образования и науки РФ, УМО).
11. Демидов С.В. Инновационные технологии как фактор развития социальной сферы: учеб. пособие /С.В. Демидов, А.А. Кравченко, А.М. Нелидкин.- Рязань: РГРТУ, 2013.
12. Тульчинский Г.Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учеб. пособие /Г.Л. Тульчинский, С.В. Герасимов, Т.Е. Лохина. – СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2010. – 384 с.
13. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры и образования: учеб. пособие /Г.Л. Тульчинский.- СПб.: Лань; ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2011.
14. Дорофеев, В. Д. Менеджмент: учеб. пособие / В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопап. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 440 с. – (Гриф УМО).
15. Дуликов В.З. Ресурсная база социально-культурной деятельности учреждения социокультурной сферы: учеб. пособие/ В.В. Дуликов. - М.: МГУКИ., 2011.
16. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента: учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – 11-е изд., стер. – М.: Новое знание, 2009. – 336 с. – (Гриф УМО).
17. Киселева Т.Г. Социально-культурная деятельность: учебник /Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. – М.: МГУКИ, 2004.
18. Козловский, В. А. Производственный менеджмент: учеб. / под ред. В. А. Козловского. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 574 с.
19. Менеджмент организации: учеб. / А. В. Тебекин, Б. С. Касаев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КноРус, 2008. – 260 с. – (Гриф М-ва образования и науки РФ).
20. Менеджмент: учеб. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. – 573 с. – (Гриф М-ва образования и науки РФ).
21. Менеджмент: учеб. пособие / под ред. В. В. Лукашевича, Н. И. Астаховой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 250 с. – (Гриф УМО).
22. Менеджмент: учеб. пособие / под ред. Н. Ю. Чаусова, О. А. Калугина. – М.: КНОРУС, 2010. – 496 с. – (Гриф УМО).
23. Современные технологии социально-культурной деятельности: Учеб. пособие. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. – 504 с.
24. Чижиков, В.М. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник для студентов вузов - М.: Мос. гос.ун-т культуры и искусств, 2008, с. 448 - 521.

## **3. Электронные и Интернет-ресурсы:**

### ***1. Нормативные документы Российской Федерации:***

- Общероссийская сеть распространения правовой информации «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
- Российская газета [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.rg.ru>
- Раздел «Актуальные документы» на информационно-справочном портале «Library.ru» (<http://www.library.ru/1/act/>).
- Официальный сайт Министерства культуры РФ. Раздел «Документы» [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://www.mkrf.ru/documents/>;

### ***2. Информационные порталы:***

- Гарант: информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>
- Информационно-справочный портал «Library.ru» (<http://www.library.ru>). Портал создан при поддержке Федерального агентства по культуре и кинематографии.

- Правовой портал в сфере культуры [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://pravo.roskultura.ru/documents/200071/>;
- Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» культуры [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/>;

### **3. Электронные библиотеки:**

- «БиблиоРоссика» (<http://www.bibliorossica.com>);
- «КнигаФонд» (<http://www.knigafund.ru>);
- «Лань» (<http://e.lanbook.com>);
- «ЛитРес: Библиотека» (<http://www.litres.ru>);
- «ЮРАЙТ» (<http://www.urait.ru>);
- Библиотека управления. Корпоративный менеджмент. Разделы: Менеджмент Маркетинг. [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.cfin.ru/rubricator.shtml>
- Киберленинка (<http://cyberleninka.ru/>)
- Полнотекстовая библиотека по различным отраслям знаний <http://www.booksite.ru/fulltext>;
- Университетская библиотека <http://www.biblioclub.ru/>;
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников». Рубрикатор «Менеджмент» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.marketingandresearch.ru>.

### **4. Сайты и страницы профессиональных общественных организаций:**

- Ассоциация менеджеров культуры (АМК) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://amcult.ru/index.php/ru/>. – Загл. с экрана.
- Сообщество Executive.ru, (менеджеры и бизнес-консультанты) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-executive.ru/management>. – Загл. с экрана.

### **5. Сайты профессиональных периодических изданий:**

- Официальный сайт журнала «Справочник руководителя учреждения культуры» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cultmanager.ru/magazine/archive/98/>. – Загл. с экрана.
- Официальный сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mevriz.ru/annotations>. – Загл. с экрана.
- Всероссийский ежемесячный журнал «Вопросы экономики», Институт экономики РАН, [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.vopreco.ru/>. – Загл. с экрана.

Учебно-методическое и информационное обеспечение отдельных учебных дисциплин дополнительной профессиональной программы «Социально-культурная деятельность: менеджмент организации» представлено в *Приложении № 1*.

### 3.3 Кадровое обеспечение реализации программы

Образовательный процесс по дисциплинам (модулям) дополнительной профессиональной программы **Социально-культурная деятельность: менеджмент организации** обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю дисциплины (модулю), ученую степень и/или ученое звание, систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью.

Доля научно-педагогических работников, имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе преподавательских кадров, реализующих программу, составляет 80% (кандидат наук и/или доцент).

Преподавательский состав, работающий по данной программе, представлен в таблице 6.

Таблица 6.

Кадровое обеспечение реализации программы  
«Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»

№ № п/п	Ф.И.О. преподавателя, реализующего программу	Наименование читаемых дисциплин программы	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, присвоенной квалификации
1	Квасова Наталья Семеновна	1. Ресурсная база социально-культурной деятельности	Зав. кафедрой социально-культурной деятельности, кандидат педагогических наук, доцент, штатный работник	Московский государственный институт культуры, специальность - культурно-просветительная работа; квалификация – культпросвет-работник, организатор-методист культурно-просветительной работы, ЛВ № 165755 29.06.1985
2	Литовкин Егор Васильевич	1. Теория и технологические основы социально-культурной деятельности	Профессор кафедры социально-культурной деятельности, доктор педагогических наук, доцент. Почётный работник ВПО РФ, Медаль ордена «За заслуги перед Отечеством» II степени, штатный работник	Московский государственный институт культуры, специальность - культурно-просветительная работа, квалификация – культпросвет-работник высшей квалификации, дирижер самодеятельного хорового коллектива, Щ № 835526 05.07.1971
3	Калинин Владимир	1. Основы менеджмента;	Директор Рязанского филиала	Кемеровский государственный институт куль-

	Валентинович	2. Стратегический менеджмент	МГИК, кандидат педагогических наук, доцент, внутренний совместитель	туры, специальность - культурно-просветительная работа; квалификация – клубный работник высшей категории, руководитель самодеятельного коллектива, Ю № 927653, 1973 ПП № 920238 19.06.2006
4	Митрофанова Татьяна Юрьевна	1. Основы маркетинга; 2. Реклама и связи с общественностью; 3. Экономика социально-культурной сферы; 4. Технологии менеджмента социально-культурной деятельности	Доцент кафедры социально-культурной деятельности, кандидат экономических наук, штатный работник	Московский государственный университет культуры и искусств, Рязанский заочный институт (филиал), специальность – менеджмент в социальной сфере, квалификация – менеджер БВС 0911786 17.06.2003
5	Вобленко Наталья Александровна	1. Управленческие решения; 2. Основы предпринимательской деятельности	Доцент кафедры социально-культурной деятельности, штатный работник	Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова, специальность - экономическая кибернетика, квалификация – экономист-математик, ЖВ № 726704 10.06.1980
6	Андрюкина Людмила Алексеевна	1. Основы социально-культурного проектирования	Доцент кафедры социально-культурной деятельности, штатный работник	Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова, спец-сть – журналистика, литературный работник газеты, квалиф. -журналист, ИВ № 671698 23.06.1982
7	Ильин Артур Валериевич	1. Правовое регулирование социально-культурной сферы	Доцент кафедры социально-культурной деятельности, кандидат юридических наук, внешний совместитель	Рязанский институт права и экономики, специальность - юриспруденция, квалификация – юрист, ДВС № 0355638 25.06.2000

### 3.4 Общие требования к организации образовательного процесса

Реализация программы осуществляется с использованием лекционных и интерактивных занятий, с включением в образовательный процесс индивидуальных и групповых форм обучения.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и работ: лекции, семинарские и лабораторно-практические занятия, коллоквиумы, «круглые столы», консультации и другие виды занятий, определенные учебным планом и учебными программами.

Среди образовательных технологий используется проблемное обучение, контекстное обучение, индивидуальное обучение, тренинги, мастер-классы, деловые игры, экскурсии, кейс-технологии, информационные технологии.

## 4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Аттестация успеваемости слушателей – важнейшая форма контроля образовательной деятельности, включающая в себя целенаправленный систематический мониторинг освоения дополнительной профессиональной программы.

Основными формами контроля освоения программы являются *текущий, промежуточный и итоговый*.

*Текущий контроль* – это непрерывно осуществляемый мониторинг усвоения уровня знаний слушателей, формирования их умений и навыков за фиксируемый период времени.

Формами и методами текущего контроля могут быть: *устный и письменный опросы; тестирование (письменное, компьютерное); контрольные работы; проверка выполнения индивидуальных домашних заданий, рефератов, докладов; дискуссии, тренинги, деловые игры, «круглые столы», коллоквиумы; кейс-стади (метод обучения, основанный на разборе практических ситуаций); контроль выполнения и проверка отчетности по семинарам и практическим работам*. Текущий контроль проводится в течение семестра в рамках аудиторной и самостоятельной работы слушателя.

*Промежуточный контроль* – это форма контроля, проводимая по завершении изучения раздела (дисциплины/модуля) программы в семестре.

Оценочные средства для проведения промежуточного контроля слушателей предназначены для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершении изучения каждой дисциплины (модуля) в установленной учебным планом форме: *зачет (устный, в форме собеседования; письменный, в форме тестирования), экзамен (устный, письменный)*.

Оценочные средства для промежуточной аттестации по каждой дисциплине (модулю) учебного плана содержат типовые контрольные задания, темы для самостоятельной работы или иные методические материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения программы.

Фонды оценочных средств для проведения текущего и промежуточного контроля по освоению дополнительной профессиональной программы **«Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»** включают:

- контрольные вопросы для зачетов и экзаменов;
- задания для рубежного и контрольного тестирования;
- задания для практических и лабораторных занятий;
- темы и вопросы для докладов и дискуссий на семинарах, коллоквиумах, «круглых столах» и т.д.;
- примерную тематику рефератов и (или) контрольных работ и т.п.



Примерный перечень оценочных средств по дополнительной профессиональной программе представлен в *Приложении № 2*.

**Итоговая аттестация** является обязательной и осуществляется после освоения дополнительной профессиональной программы «**Социально-культурная деятельность: менеджмент организации**» в полном объеме. Целью итоговой аттестации является установление уровня подготовки слушателя ОДПО к осуществлению нового вида профессиональной деятельности.

К итоговой аттестации допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные курсом обучения по программе и успешно прошедшие все промежуточные аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом. Итоговая аттестация проводится в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

Итоговая аттестация по программе включает подготовку и защиту слушателем **итоговой аттестационной работы**.

Защита итоговой аттестационной работы оценивается **Итоговой аттестационной комиссией** по ряду критериев, в том числе – по соответствию результатов освоения данной дополнительной профессиональной программы обязательному уровню сформированных общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций.

Итоговая аттестационная работа представляет собой самостоятельное научно-прикладное исследование по актуальной профессиональной проблеме в рамках содержания дополнительной профессиональной программы «Социально-культурная деятельность: менеджмент организации». В данной работе должны найти отражение знания слушателя, полученные за весь период его обучения. Выпускники программы должны показать умение самостоятельно проводить исследования и обобщать их результаты вплоть до выработки практических рекомендаций; владение методами, позволяющими решить разнообразные задачи научно-производственного характера, связанные с избранным видом профессиональной деятельности.

**Общими требованиями** к итоговой аттестационной работе являются: теоретическая и практическая значимость темы исследования, применение современной методологии и методов научного познания, системный подход к решению изучаемой проблемы, проявление самостоятельной научно-творческой инициативы в ходе проведения исследования.

**Важными чертами** итоговой аттестационной работы выступают: целевая направленность; логическая последовательность изложения материала и чёткость структуры; полнота освещения вопросов; убедительность аргументации; доказательность выводов и обоснованность рекомендаций; точное оформление.

Итоговая аттестационная работа должна быть грамотно написана и правильно оформлена. Писать (печатать) следует на одной стороне листа формата А4 (210 x 297 мм). Работа должна быть отпечатана на компьютерном принтере с соблюдением следующих норм. При компьютерном наборе использовать текстовый редактор Microsoft Word (шрифт Times New Roman, кегль 14, полуторный межстрочный интервал, выравнивание текста по ширине, автоматические переносы в словах). Размеры полей: левое – 30 мм, правое – 15 мм, нижнее – 20 мм, верхнее – 20 мм.

Все листы должны быть подшиты в специальную папку или переплетены.

В целом объем итоговой аттестационной работы должен быть в пределах 50 страниц печатного текста (без учета списка использованной литературы и приложений).

Все составные итоговой аттестационной работы располагаются в следующем порядке:

- Титульный лист.
- Содержание.

- Основной текст.
- Список использованной литературы.
- Приложение (при наличии).

На подготовленную итоговую аттестационную работу представляется отзыв научного руководителя (работа может быть направлена также на внешнее рецензирование).

Защита итоговой аттестационной работы проводится публично на заседании Итоговой аттестационной комиссии. Она имеет характер открытой дискуссии и проходит в обстановке высокой требовательности, объективности и соблюдения научной этики. На защите могут присутствовать руководители и сотрудники организаций социально-культурной сферы, администрации, других организаций, на базе которых выполнялась работа.

Результаты защиты оцениваются на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Итоговая аттестационная работа оценивается на **«отлично»** при условии, если:

- работа выполнена на высоком теоретическом уровне, с полным раскрытием темы, дано глубокое, самостоятельное оригинальное решение проблемы исследования;
- содержатся глубокие научно-теоретические и практические обоснования выдвигаемых положений и рекомендаций;
- имеются доказательные выводы к параграфам и главам;
- оформление работы соответствует всем установленным требованиям;
- в процессе защиты даны аргументированные ответы на замечания и все поставленные в ходе защиты вопросы.

Оценкой **«хорошо»** оценивается работа, если:

- исследование выполнено в полном объёме, на достаточно высоком теоретическом уровне с раскрытием темы;
- при проведении исследования использовались научные методы;
- даны краткие выводы к параграфам или главам;
- оформление работы соответствует установленным требованиям;
- в процессе защиты студент не совсем уверенно отвечал на заданные вопросы.

Оценкой **«удовлетворительно»** оценивается работа, если:

- в исследовании недостаточно глубоко раскрыта заявленная тема;
- недостаточно широко использованы научные методы исследования;
- отсутствуют аргументированные выводы;
- оформление работы соответствует не всем предъявляемым требованиям (имеются грамматические ошибки, описание литературы не отвечает нормативам ГОСТ 7.1-2003 и т. п.);
- в процессе защиты студент не смог ответить на все заданные вопросы.

Оценкой **«неудовлетворительно»** оценивается работа, если:

- не раскрыта тема, не содержится научно-теоретического и практического исследования проблем;
- оформление не отвечает предъявляемым требованиям;
- в процессе защиты студент не смог ответить на большинство заданных вопросов.

Результаты защиты итоговой аттестационной работы объявляются в день защиты, после оформления протокола Итоговой аттестационной комиссии.

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается **диплом о профессиональной переподготовке, дающий право на осуществление нового вида профессиональной деятельности.**

## **5 РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ**

- Т.Ю. Митрофанова, доцент кафедры социально-культурной деятельности, канд. экон. наук
- Н.С. Квасова, зав. кафедрой социально-культурной деятельности, канд. пед. наук, доцент
- В.В. Калинин, директор Рязанского филиала МГИК, канд. пед. наук

Документ одобрен на заседании Ученого совета РФ МГИК:  
Протокол № 1 от 28.08.2017 г.

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

**Учебно-методическое и информационное обеспечение  
учебных дисциплин дополнительной профессиональной программы  
«Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»**

**Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

**1. Теоретические и технологические основы социально-культурной деятельности**

**Основная литература:**

1. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. – М.: Издательский дом МГУКИ, 2010. – 396 с.
2. Киселева Т.Г., Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: учебник. /Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. - М.: МГУКИ, 2004. – 539 с.
3. Новикова Г.Н. Технологические основы социально-культурной деятельности: учеб. пособие /Г.Н. Новикова.- 3- изд., испр. и доп. – М.: МГУКИ. – 2010. – 158 с.
4. Современные технологии социально-культурной деятельности: Учеб. пособие. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. – 504 с.
5. Триодин В.Е. История социально-культурной деятельности /В.Е. Триодин.- СПб.: СПбГУКИ, 2012.
6. Ярошенко Н.Н. История и методология теории социально-культурной деятельности: учебник для вузов /Н.Н. Ярошенко. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: МГУКИ, 2013. - 456 с.

**Дополнительная литература:**

7. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации: учебное пособие. Гриф УМО. – М.: Аспект Пресс, 2006.
8. Асанова И. М. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник / И. М. Асанова, С. О. Дерябина, В. В. Игнатьева. - 2-е изд., испр. и доп. – М.: Академия, 2012. - 192 с.
9. Вайсеров К. И. Социально-культурная деятельность: рекомендован УМО вузов России по образованию в области народной художественной культуры, социально-культурной деятельности и информационных ресурсов в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 071401.65 «Социально-культурная деятельность» / К.И. Вайсеров, В.Н. Осташкин. – М.: МГУУ ПМ, 2009. - 272 с.
10. Голобородько А.Ю. Государственная культурная политика как технологическая платформа укрепления национальной безопасности: факторы, ресурсы, инструменты / Южн. Федерал. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2015. - 191 с.
11. Демидов С.В. Инновационные технологии как фактор развития социальной сферы: учеб. пособие /С.В. Демидов, А.А. Кравченко, А.М. Нелидкин.- Рязань: РГРТУ, 2013.
12. Демидов С.В. Инновационные технологии как фактор развития социальной сферы: учеб. пособие /С.В. Демидов, А.А. Кравченко, А.М. Нелидкин.- Рязань: РГРТУ, 2013.
13. Добренъков В.И. Методы социологического исследования: учебник для вузов /В.И. Добренъков.- М.: ИНФРА-М, 2009.
14. Квасова Н.С. Основы социологического исследования социально-культурной деятельности: учеб. пособие /Н.С.Квасова.- Рязань: РЗИ (ф) МГУКИ, 2008.
15. Красовский Ю.Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией: Учебное пособие. Гриф УМО / Ю.Д. Красовский. - М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2007.

16. Культурология: учебник для бакалавров /под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана.- М.: Юрайт, 2012.
17. Рябков В.М. Антология научно-педагогической работы ведущих учёных социально-культурной деятельности России (конец XX - начало XXI века): учеб. пособие в 12 т. /В.М. Рябков; ЧГАКИ.- Т.10.- Челябинск: Полиграф-Мастер, 2014.
18. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности /В.А. Ядов– 4-е изд.-М.: Омега-Л, 2009.

## **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

### **2. Ресурсная база социально-культурной деятельности**

#### **Основная литература:**

1. Дуликов В.З. Ресурсная база социально-культурной деятельности учреждения социокультурной сферы: учеб. пособие/ В.В. Дуликов. - М. МГУКИ., 2011.
2. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. – М.: Издательский дом МГУКИ, 2010. – 396 с.
3. Киселева Т.Г., Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: учебник. /Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. - М.: МГУКИ, 2004. – 539 с.
4. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие /Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб.:ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2009. – 528 с.
5. Чижиков В.М. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник /В.М.Чижиков, В.В. Чижиков - М., 2008.

#### **Дополнительная литература:**

6. Горюшкина С. Н. Управление проектами как инструмент культурной политики / С. Н. Горюшкина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2009. – № 1. – С. 46–57.
7. Игнатъева Е. Инструменты управления учреждениями культуры / Е. Игнатъева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. - № 1. – С. 14-24.
8. Новикова Г.Н. Технологические основы социально-культурной деятельности: учеб. пособие /Г.Н. Новикова.- 3- изд., испр. и доп. – М.: МГУКИ. – 2010. – 158 с.
9. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие /М.П. Переверзев, Т.В. Косцов. – М.: ИНФРА-М, 2009.
10. Пурнис Н.Е. Арт-терапия в развитии персонала /Н.Е. Пурнис.- СПб.: Речь, 2008.
11. Современные технологии социально-культурной деятельности: Учеб. пособие. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. – 504 с.
12. Сидоров П.И. Деловое общение: учебник /П.И. Сидоров. - М.: ИНФРА-М, 2011.
13. Соколова Н. Обмен опытом и ресурсами: [корпоративные библиотечные проекты] / Н. Соколова // Библиотечное дело. – 2008. - № 11. – С. 17 – 20.
14. Степанов В. К. Применение Интернета в профессиональной информационной деятельности / В. К. Степанов. – Москва: ФАИР, 2009. – 303 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grand-fair.ru/stepanov>. – Загл. с экрана.

## **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

### **3. Основы социально-культурного проектирования**

#### **Основная литература:**

1. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. – М.: Издательский дом МГУКИ, 2010. – 396 с.
2. Курбатов В.И. Социальное проектирование – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 416 с.
3. Луков В.А. Социальное проектирование – М.: Флинт, 2006. – 240 с.
4. Мазур И.И. Управление проектами – М.: Омега-Л, 2009. – 960 с.

5. Пирогов С.В. Социальное прогнозирование и проектирование: учебное пособие. Москва: Проспект, 2016. – 376 с.
6. Чижиков В.М. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник / В.М. Чижиков, В.В. Чижиков М.: МГУКИ, 2008. - 608 с.

#### **Дополнительная литература:**

7. Блашкевич О.А. Веселый автобус – жителям деревни //Справочник руководителя учреждения культуры – 2013 год. – № 6. – с. 63-70.
8. Боева Л. Проектное развитие / Л. Боева // Библиополе. – 2010. - № 3. – С. 37 – 40.
9. Веревкин А.В. Новый проект. Идея, реализация, проблемы и перспективы //Справочник руководителя учреждения культуры – № 1 – 2003 – с. 15-24.
10. Ветчанова О.В. Имидж организации: стратегия формирования //Справочник руководителя учреждения культуры – 2013 год. – № 6. – с. 33-43.
11. Галимова Е. Я. Проектная деятельность библиотек: управление и библиотека / Е. Я. Галимова // Библиотекосведение. – 2004. - № 4. – С. 36 – 39.
12. Горушкина С. Н. Управление проектами как инструмент культурной политики / С. Н. Горушкина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2009. – № 1. – С. 46–57.
13. Губчевская Л.А. Музей – культурный потенциал развития территории //Справочник руководителя учреждения культуры – 2005 год. – № 7. – с. 73-76.
14. Жадько Н. В. Проектное развитие библиотек / Н. В. Жадько. – Москва : Елена, 2000. – 96 с.
15. Зайцев Д.А., Надоршин Е.Р. Обоснование инвестиционной привлекательности культурного проекта //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 5. – с. 16-21.
16. Збаровская Н. В. Проектная деятельность библиотек / Н. В. Збаровская // Библиотека. – 2005. - № 4. – С. 79 – 82.
17. Зуев С.Э. Социокультурное проектирование. Анализ ситуации, постановка проблемы //Справочник руководителя учреждения культуры – 2003 год. – № 1. – с. 43-47.
18. Игнатьева Е. Инструменты управления учреждениями культуры / Е. Игнатьева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. - № 1. – С. 14-24.
19. Ильина Е.В., Смирных Л.Л. Проект «Исконный свет Салафиила. Светоживопись Павла Голубятникова» история несостоявшегося открытия //Справочник руководителя учреждения культуры – 2013 год. – № 6. – с. 45-52.
20. Кавнатская Н.Г. Игровая образовательная программа «Привет, краевед!» Ознакомление детей и подростков с историей родного края посредством серии игр //Справочник руководителя учреждения культуры – 2013 год. – № 6. – с. 56-61.
21. Калякина А.В. Грантовая поддержка учреждений культуры. Опыт сотрудничества российских музеев с благотворительными фондами //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 5. – с. 55-61.
22. Калякина А.В. Проектные технологии в сфере культуры //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 12. – с. 64-68.
23. Киселева Л. Б. Библиотечное проектирование: примеры программ / Л .Б. Киселева // Библиотечная орбита. Вып. 10. – Хабаровск: ДВГНБ, 2004. – С. 4 – 24.
24. Клюкина А.И. Перспективные долговременные проекты. Практика Государственного Дарвинского музея //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 4. – с. 30-36.
25. Курбатова Т.В., Сафрошенко О.Н. Ресурс культуры в развитии города. Опыт реализации и стратегического планирования музея //Справочник руководителя учреждения культуры – 2010 год. – № 10. – с. 67-78.
26. Мусихина Д. С. «Учимся сами – учим других»: программно-проектная деятельность как одна из форм непрерывного образования библиотекарей // Новая библиотека. – 2009. – № 16. – С. 20 – 22.

27. Никитина Н.Г., Дмитриева Е.Н. Музей как территория: опыт Коломны //Справочник руководителя учреждения культуры – 2011 год. – № 8. – с. 46-51.
28. Никитина Т.В. Межведомственное сотрудничество. Проект музея-усадьбы «Ясная Поляна» по разработке нового турпродукта //Справочник руководителя учреждения культуры – 2006 год. – № 8. – с. 56-60.
29. Осипова И. П. Проектная деятельность библиотек: общие проблемы, региональный опыт / И. П. Осипова // Библиотечное дело – XXI век : науч.-практ. сб. / Рос. гос. б-ка. – Москва, 2003. – Вып. 2 (6). – С. 243 – 271.
30. Палатова А. А. «Твой проект – твоя карьера»: взгляд молодого специалиста на проектную деятельность в библиотеке / А. А. Палатова // Молодые в библиотечном деле. – 2008. – № 7. – С. 3 – 6.
31. Паршукова Г. Б. Стратегическая проектная деятельность библиотек / Г. Б. Паршукова // Библиотековедение. – 2004. - № 1. – С. 18 – 22.
32. Плотникова Л.В. От выживания – к развитию Опыт творческой мастерской художника Татьяны Бураковой – //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 7. – с. 36-37.
33. Попова М.Л. Программно-целевое планирование. Опыт ЦГБ «Нижний Тагил» по разработке программ развития //Справочник руководителя учреждения культуры – 2006 год. – № 9. – с. 58-67.
34. Протопопова Е. Майт как инструмент кросс-медийного краеведения //Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016 год – № 12.– С. 102-107.
35. Пурник А. А. Проектное управление в библиотечной сфере: авторский семинар / А. А. Пурник // Молодые в библиотечном деле. – 2006. – № 4. – С. 4-27; № 7. – С. 35-47; № 8. – С. 3-19; № 11. – С. 5-21; № 12. – С. 3-16.
36. Рубан Н.И. Межмузейные коммуникации Практические результаты научной деятельности Хабаровского краеведческого музея, обеспечивающие его развитие //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 8. – с. 61-69.
37. Рязанцева Л. М. Секреты успеха проектной деятельности / Л. М. Рязанцева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2009. – № 3. – С. 36 – 48.
38. Рязанцева Л.М. Библиотечная экологическая программа «Жить в согласии с природой» //Справочник руководителя учреждения культуры – 2013 год. – № 6. – с. 18-32.
39. Рязанцева Л.М. Секреты успеха проектной деятельности //Справочник руководителя учреждения культуры – № 3 – 2009 – с. 46-59, № 4 – 2009 – с. 46-59.
40. Савченко Л.М. Технологии стратегического развития. Опыт внедрения современных моделей управления учреждением культуры //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 8. – с. 30-36.
41. Секреты успеха проектной деятельности / Л. М. Рязанцева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2009. – № 3. – С. 36 – 48.
42. Скрипкина Л.И. Социальная миссия музея. Проектирование деятельности историко-краеведческих музеев в контексте современных реформ //Справочник руководителя учреждения культуры – 2005 год. – № 7. – с. 50-59.
43. Соколова Н. Обмен опытом и ресурсами: [корпоративные библиотечные проекты] / Н. Соколова // Библиотечное дело. – 2008. - № 11. – С. 17 – 20.
44. Сулова И. М. Проектная деятельность библиотек: науч.-практ. пособие / И. М. Сулова, З. И. Злотникова. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 176 с.
45. Фокина Е.Б. Проектная активность российских музеев. Конкурс как инструмент сканирования социокультурной ситуации //Справочник руководителя учреждения культуры – 2006 год. – № 1. – с. 87-94.



## Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины

### 4. Основы менеджмента

#### Основная литература:

1. Авдулова Т. П. Психологические основы менеджмента : учеб.-метод. пособие / Т. П. Авдулова. – Москва: Либерея-Библиоформ, 2005. – 154 с.
2. Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебник / В.Р.Веснин. – М.: Проспект, 2013. – 320 с.
3. Калинин В.В. Основы менеджмента: учеб.-метод. пособие /В.В. Калинин– Рязань, РЗИ (ф) МГУКИ, 2008.
4. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [пер. с англ. О.И. Медведь]. - М.: Вильямс, 2012. - 672 с.
5. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие /Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб.:ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2009. – 528 с.
6. Чижиков В.М. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник /В.М. Чижиков, В.В. Чижиков.- М.: МГУКИ, 2008.

#### Дополнительная литература:

7. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. - 288 с.
8. Басовский, Л.Е. Менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. и упр. спец. / Л.Е.Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 214 с.
9. Виханский, О.С. Менеджмент: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и по направлению 521600 Экономика / О.С.Виханский, А.И.Наумов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2008. - 669 с.
10. Герчикова, И. Н. Менеджмент: учеб. для вузов /И. Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - (Гриф М-ва образования и науки РФ, УМО).
11. Глухов, В. В. Менеджмент: для экономических специальностей / В. В. Глухов. – Санкт-Петербург: Питер Пресс, 2009. – 600 с.
12. Дорофеев, В. Д. Менеджмент: учеб. пособие /В. Д. Дорофеев, А. Н. Шмелева, Н. Ю. Шестопап. - М.: ИНФРА-М, 2008. - (Гриф УМО).
13. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. – М.: Издательский дом МГУКИ, 2010. – 396 с.
14. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента: учеб. пособие /Н. И. Кабушкин. - 9-е изд., стер. - М.: Новое знание, 2006. - (Гриф УМО).
15. Комарова Н.В. Теоретические основы менеджмента: [Электронный ресурс]: Конспект лекций / Н.В. Комарова. - М.: Доброе слово, 2005. - 64 с. URL: <http://www.al24.ru/category/biznes-ekonomika-finansy/menedzhment>.
16. Коротков, Э.М., Солдатова, И.Ю. Основы менеджмента: Учебное пособие / Э.М. Коротков, И.Ю. Солдатова, - М.: Дашков и К, 2013. - 272 с.
17. Менеджмент организации: учеб. /А. В. Тебекин, Б. С. Касаев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2007. - (Гриф М-ва образования и науки РФ).
18. Менеджмент: учеб. пособие /под ред. В. В. Лукашевича, Н. И. Астаховой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - (Гриф УМО).
19. Менеджмент: учеб. пособие /под ред. Н. Ю. Чаусова, О. А. Калугина. - М.: КНОРУС, 2010. - (Гриф УМО).
20. Набиев Р. А. Менеджмент. Практикум: [Электронный ресурс]: /Допущено УМО по образованию в области финансов в качестве учебного пособия для студентов; Набиев Р. А., Локтева Т. Ф., Вахромов Е. Н.. – М.: Финансы и статистика, 2011. - 144 с. - URL: <http://www.biblioclub.ru>.

21. Пул Дж. Х. Когда менеджмент приносит деньги: наставления учреждениям культуры всех стран / Дж. Х. Пул; [пер. с англ. О. Э. Рева]. – Санкт-Петербург: Контрфорс, 1999. – 197 с.
22. Репина, Е.А. Основы менеджмента: Учебное пособие / Е.А. Репина. - М.: Академцентр, 2013. - 240 с.
23. Савченко Л.М. Технологии стратегического развития. Опыт внедрения современных моделей управления учреждением культуры //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 8. – с. 30-36.
24. Суслова И. М. Три кита менеджмента / И. М. Суслова // Науч. и техн. б-ки. – 2016. – № 11. – С. 5-9.
25. Теория управления: учебник / [Ю. П. Алексеев и др.]; под общей редакцией: А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухина. – М.: Издательство РАГС, 2010. – 557 с.

## **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

### **5. Стратегический менеджмент**

#### **Основная литература:**

1. Долгов А. И. Стратегический менеджмент: [Электронный ресурс]: учеб. пособ. /Рек. Редакционно-издательским Советом Российской академии образования в качестве учебного пособия; Долгов А. И., Прокопенко Е. А.; 3-е изд., стереотип. – М.: Флинта, 2011. - 278 с. - URL: <http://www.biblioclub.ru>
2. Калинин В.В. Основы менеджмента: учеб.-метод. пособие /В.В. Калинин – Рязань, РЗИ (ф) МГУКИ, 2008.
3. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [пер. с англ. О.И. Медведь]. - М.: Вильямс, 2012. - 672 с.
4. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие /Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2009. – 528 с.
5. Чижиков В.М. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник /В.М. Чижиков, В.В. Чижиков.- М.: МГУКИ, 2008.

#### **Дополнительная литература:**

6. Зайцев Л. Г. Стратегический менеджмент: учебник для студентов вузов, обуч. по направлению подготовки. «Менеджмент» / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова; М-во образования РФ. - М.: Экономистъ, 2014. - 413 с.
7. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент: [Электронный ресурс] /Рек. УМО по образованию в области антикризисного управления в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений; Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И., Ягудин С. Ю. – М.: Евразийский открытый институт, 2009. - 192 с. - URL: <http://www.biblioclub.ru>
8. Лукичева Л. И. Управление персоналом: [Электронный ресурс]: учеб. пособ. /Рек. УМО в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений; под ред.: Анискин Ю. П.; Лукичева Л. И.; 6-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2011. - 272 с. - URL: <http://www.biblioclub.ru>
9. Панов А. И. Стратегический менеджмент: учеб. пособ. для студентов вузов, обуч. по спец. 0601100 «Менеджмент организации» / А. И. Панов; УМЦ «Проф. Учебник». - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ, 2004. - 285 с.
10. Парахина В. Н. Стратегический менеджмент [Текст]: учебник по направлению подготовки. «Менеджмент» / В. Н. Парахина; Л. С. Максименко; С. В. Панасенко. - 2-е изд., стереотип. - М.: КноРус, 2016. - 495 с.
11. Савченко Л.М. Технологии стратегического развития. Опыт внедрения современных моделей управления учреждением культуры //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 8. – с. 30-36.

12. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. - М.: Маркетинг, 2002. - 886 с.

13. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: учебник для студентов вузов, обуч. по спец. и направл. «Менеджмент» / Р. А. Фатхутдинов; М-во общ. и проф. образования РФ. - М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1998. - 416 с.

14. Чуприкова Н. Система менеджмента качества / Н. Чуприкова // Библ. дело. – 2013. – № 6. – С. 21-23.

## **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

### **6. Управленческие решения**

#### **Основная литература:**

1. Карданская, Н. Л. Управленческие решения: [Электронный ресурс]: учебник / Рек. Министерством образования РФ в качестве учебника для студентов высших учебных заведений; Карданская Н. Л.; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2009. - 440 с. - URL: <http://www.biblioclub.ru>

2. Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений [Электронный ресурс]: учебник / В. С. Юкаева, Е. В. Зубарева, В. В. Чувилова. – Электрон. текстовые дан. – М. : Дашков и К, 2012. – 324 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14084>

#### **Дополнительная литература:**

3. Бережная, Е. В. Методы и модели принятия управленческих решений: учеб. пособие для вузов / Е. В. Бережная, В. И. Бережной. – Москва: Инфра-М, 2014. – 382 с.

4. Бусов, В. И. Управленческие решения: учебник для бакалавров / В. И. Бусов. – Москва: Юрайт, 2013. – 254 с.

5. Калинин В.В. Разработка управленческих решений. Учеб.- метод. Пособие для студентов. – Рязань: РЗИ (Ф) МГУКИ, 2004.

6. Литвак, Б. Г. Управленческие решения [Электронный ресурс]: учебник для вузов / Б. Г. Литвак. – Москва: Моск. финансово-пром. акад., 2012. – 512 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17052>

7. Лукичева, Л. И. Управленческие решения: [Электронный ресурс]: учебник / Доп. Учебно-методическим объединением в качестве учебника для студентов высших учебных заведений; под ред.: Анискин Ю. П.; Лукичева Л. И. Егорычев Д. Н. - 5-е изд. – М.: Омега-Л, 2010. - 384 с. - URL: <http://www.biblioclub.ru>

8. Савченко Л.М. Технологии стратегического развития. Опыт внедрения современных моделей управления учреждением культуры //Справочник руководителя учреждения культуры – 2004 год. – № 8. – с. 30-36.

## **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

### **7. Основы предпринимательской деятельности**

#### **Основная литература:**

1. Валигурский, Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник / Д.И. Валигурский. - 5-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 519 с.

2. Дуликов В.З. Ресурсная база социально-культурной деятельности учреждения социокультурной сферы: учеб. пособие/ В.В. Дуликов. - М. МГУКИ., 2011.

3. Основы законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС РФ 09.10.1992 № 3612-1) (ред. от 08.05.2010. - [Электронный ресурс].- Режим доступа: Консультант Плюс.

4. Предпринимательство [Электронный ресурс]: учебник / А.Н. Романов, В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк и др.; под ред. В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 687 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page>

### **Дополнительная литература:**

5. Артемьева Т.В. Фандрайзинг: привлечения средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: учеб. пособие /Т.В. Артемьева, Г.Л. Тульчинский – СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2010. – 288с. ил.
6. Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Зарубина Ж. Н. Основы предпринимательской деятельности. [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Е.К. Торосян. – СПб: Университет ИТМО, 2016. – 130 с. URL: <http://books.ifmo.ru/file/pdf/1909.pdf>
7. Пул Дж. Х. Когда менеджмент приносит деньги: наставления учреждениям культуры всех стран / Дж. Х. Пул; [пер. с англ. О. Э. Рева]. – Санкт-Петербург: Конترفорс, 1999. – 197 с.
8. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие /М.П. Переверзев, Т.В. Косцов. – М.: ИНФРА-М, 2009.
9. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. – М.: Издательский дом МГУКИ, 2010. – 396 с.
10. Макареня, Т.А. Современное предпринимательство: [Электронный ресурс] учебное пособие / Т.А. Макареня, Н.П. Кетова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южный федеральный университет». - Ростов-н/Д: ЮФУ, 2011. - 189 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241123>

### **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

#### **8. Технологии менеджмента социально-культурной деятельности**

##### **Основная литература:**

1. Артемьева Т.В. Фандрайзинг: привлечения средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: учеб. пособие /Т.В. Артемьева, Г.Л. Тульчинский – СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2010. – 288с. ил.
2. Новикова Г.Н. Технологические основы социально-культурной деятельности: учеб. пособие /Г.Н. Новикова.- 3- изд., испр. и доп. – М.: МГУКИ. – 2010. – 158 с.
3. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие /М.П. Переверзев, Т.В. Косцов. – М.: ИНФРА-М, 2009.
4. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие /Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2009. – 528 с.
5. Чижиков В.М. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник /В.М. Чижиков, В.В. Чижиков.- М.: МГУКИ, 2008.

##### **Дополнительная литература:**

6. Акулич Е.М. Управление учреждениями социально-культурной сферы: Учебник /Тюмен. гос. ин-т культуры. – Тюмень, 2015. – 303 с. Голобородько А.Ю. Государственная культурная политика как технологическая платформа укрепления национальной безопасности: факторы, ресурсы, инструменты / Южн. Федерал. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2015. - 191 с.
7. Брежнева В. В. Информационное обслуживание: учеб. пособие / В. В. Брежнева, Р. С. Гиляревский; С.-Петербур. гос. ун-т культуры и искусств. – Санкт-Петербург: Профессия, 2012. – 365 с.
8. Демидов С.В. Инновационные технологии как фактор развития социальной сферы: учеб. пособие /С.В. Демидов, А.А. Кравченко, А.М. Нелидкин.- Рязань: РГРТУ, 2013.
9. Джерелиевская И.К. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебно-методический комплекс для студентов специальности 071401.65 «Социально-культурная деятельность» / И.К. Джерелиевская. - М.: МГУУ ПМ, 2011. – 64 с.
10. Дзарахова Б.Ю. Организация и финансирование деятельности учреждений культуры в регионе. – М., 2015. – 116 с.

11. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. – М.: Издательский дом МГУКИ, 2010. – 396 с.
12. Красовский Ю.Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией: Учебное пособие. Гриф УМО / Ю.Д. Красовский. - М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2007.
13. Новикова Г.Н. Технологии арт-менеджмента: учеб. пособие /Г.Н. Новикова.- М.: МГУКИ, 2006.
14. Психология и этика делового общения: учебник /под. ред В.Н. Лаврененко. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2007.
15. Пурнис Н.Е. Арт-терапия в развитии персонала /Н.Е. Пурнис.- СПб.: Речь, 2008
16. Сидоров П.И. Деловое общение: учебник /П.И. Сидоров. - М.: ИНФРА-М, 2011.
17. Современные технологии социально-культурной деятельности: Учеб. пособие. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. – 504 с.
18. Степанов В. К. Применение Интернета в профессиональной информационной деятельности / В. К. Степанов. – Москва: ФАИР, 2009. – 303 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grand-fair.ru/stepanov>. – Загл. с экрана.

### **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

#### **9. Экономика социально-культурной сферы**

##### **Основная литература:**

1. Акулич Е.М. Управление учреждениями социально-культурной сферы: Учебник /Тюмен. гос. ин-т культуры. – Тюмень, 2015. – 303 с.
2. Артемьева Т.В. Фандрайзинг: привлечения средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: учеб. пособие /Т.В. Артемьева, Г.Л. Тульчинский – СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Лань, 2010. – 288с. ил. (библиотека РЗИ (ф) МГУКИ).
3. Голобородько А.Ю. Государственная культурная политика как технологическая платформа укрепления национальной безопасности: факторы, ресурсы, инструменты / Южн. Федерал. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2015. - 191 с.
4. Дзарахова Б.Ю. Организация и финансирование деятельности учреждений культуры в регионе. – М., 2015. – 116 с.
5. Дымникова, А.И. Ресурсное обеспечение учреждений культуры в условиях рыночной экономики /А.И. Дымникова, А.Г. Иксанов – М.: Театралис, 2008.
6. Жаркова Л. С. Организация деятельности учреждений культуры: Учебник для студентов вузов культуры и искусств. – М.: Издательский дом МГУКИ, 2010. – 396 с.

##### **Дополнительная литература:**

7. Абанкина Т. Люди должны чувствовать свою ответственность за происходящее / Т. Абанкина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. – № 2. – С. 19 – 20.
8. Ивлеев Г. Многоканальная система поддержки культуры создаёт стабильность её развития / Г. Ивлеев // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. – № 2. – С. 18 – 19.
9. Культура и факторы ее инновационного развития: сб. ст. /науч. ред. Е.В. Мареева, В.А. Тихонова, С.А. Касаткина. – М.: МГУКИ, 2011. – 120 с. (1 экз. в библиотеке РЗИ (ф) МГУКИ).
10. Официальный сайт Министерства культуры РФ / [Электронный источник], Режим доступа: <http://mkrf.ru/>;
11. Портал информационной поддержки руководителей учреждений культуры. Информационный центр «МЦФЭР культура» / [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.cultmanager.ru/news/culture>;
12. Правовой портал в сфере культуры. Информационно справочная база правовых документов в сфере культуры / [Электронный источник], Режим доступа: <http://pravo.roskultura.ru>;

13. Российская Федерация. Законы. Закон Российской Федерации «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ;

14. Российская Федерация. Законы. Закон Российской Федерации «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» от 21.11.2011 № 328-ФЗ;

15. Российская Федерация. Законы. Закон Российской Федерации «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» от 30.12.2006 г. № 275-ФЗ.

16. Рубинштейн А. Инновационная модель финансирования культуры / А. Рубинштейн // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. – № 2. – С. 10 – 15.

17. Сайт журнала «Справочник руководителя учреждения культуры» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.cultmanager.ru/magazine/about/>.

18. Чуковская Е. Нужны дополнительные финансовые ресурсы культуры / Е. Чуковская // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. – № 2. – С. 16 – 18.

19. Эндаумент-фонды крупнейших музеев мира / [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.culture.gov.uk/publications/7642.aspx>

### **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**

#### **10. Основы маркетинга**

##### **Основная литература:**

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг. – 3-е изд. / Г.Л. Багиев, В.М. Тараесвич, Х. Анн; Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб: Питер, 2008. – 736 с.: ил.

2. Глоссарий по маркетингу: учебное пособие / под общ. ред. С.В. Карповой, Н.И. Перцовского; отв. ред. И.А. Фирсова. М.: Издательство «Палеотип», 2013. – 336 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/173302>

3. Ким С.А. Маркетинг: Учебник / С.А. Ким. – М.: Дашков и К, 2015. – 258 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/174176/read>

4. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Кросс. Плюс», 2005. – 702 с.

5. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум: учеб. пособие / Е.Л. Шекова, Г.Л. Тульчинский, В.Н. Евланов и др.; под ред. Е.Л. Шековой. – СПб.: Лань; ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2012. – 160 с.: ил. (5 экз. в библиотеке Рф МГИК).

6. Секерин В.Д. Основы маркетинга: учебное пособие / В.Д. Секерин. – М.: КНО-РУС, 2012. – 232 с.

##### **Дополнительная литература:**

7. Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации: Практикум / В.А. Алексунин, Е.Н. Скляр, Е.В. Дубаневич. М.: Дашков и К, 2014. – 194 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/174197>

8. Бузина Ю. Виртуальные технологии в музее – опыт Пушкинского / Ю. Бузина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2017. - № 9. – С. 13-20.

9. Ганаева Е.А. Разработка маркетинговой стратегии образовательной организации: учебное пособие / Е.А. Ганаева. М.: ФЛИНТА, 2015. – 114 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/175789>

10. Дневник маркетолога. [Электронный источник], Режим доступа: <http://blogmarketologa.ru;>

11. Дубровин И.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2012. – 578 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/149179>
12. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300-1.
13. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22 марта 1991 г. №948-1 (с последующими редакциями).
14. Закон РФ «О рекламе» от 13 марта 2006 г. №38.
15. Игнатъева Е. Инструменты управления учреждениями культуры / Е. Игнатъева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. - № 1. – С. 14-24.
16. Кузьмина Е.Е. Маркетинг образовательных услуг: учеб. пособие для магистров /Е.Е. Кузьмина. – М.: Юрайт, 2012. – 330 с. (2 экз. в библиотеке Рф МГИК).
17. Ларионова, И.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие. — Электрон. дан. — М.: МИСИС, 2015. — 42 с. — Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?p11\\_id=69750](http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=69750) — Загл. с экрана.
18. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. М.: Дашков и К, 2012. – 446 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/164449>
19. Притупова Н. Новосибирский «Красный факел»: что помогло отделу маркетинга сделать театр успешным / Н. Притупова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2017. - № 8. – С. 11-22.
20. Синяева И.М. Маркетинг услуг: учебник / Синяева И.М., Синяев В.В., Романенкова О.Н.; под ред. д.э.н., проф. Л.П. Дашкова. М.: Дашков и К 2014. – 252 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/172174>
21. Скрынникова И.А. Маркетинг в сфере услуг: Учебное пособие / И.А. Скрынникова. М.: Издательство МГУ, 2012. – 208 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/138660>
22. Современные тенденции развития социально-культурной сферы: сб. науч. ст. /отв. ред. Т.Ю. Митрофанова. – Рязань: Рф МГИК, 2013.
23. Устюгова М. Как привлечь посетителей в учреждение / М. Устюгова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2017. - № 1.

## **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины (модуля)**

### **11. Реклама и связи с общественностью**

#### **Основная литература:**

1. Джефкинс Ф. Ядин. Д. Паблик рилейшнз: Учебное пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
2. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л., Тарасов А.С. Теория и практика связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2007. – 240 с.
3. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учеб. пособие /Б.Р. Мандель.- М.: Вузовский учебник, 2009.
4. Морозова Н.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студ. высш. учеб. заведений / Н.С. Морозова, М.А. Морозов. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 288 с.
5. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры и образования: Учебное пособие. - СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2011. – 576 с.
6. Ульяновский А.В. Реклама в сфере культуры: учеб. пособие / А.В. Ульяновский. – СПб.: Лань; ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2012. – 520 с.: ил.+цв. вкл. (5 экз. в библиотеке Рф МГИК).
7. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. – 2-е изд., – М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. – 159 с.

8. Шарков Ф.И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний: учеб. пособие /Ф.И. Шарков.- М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2007.

9. Щепилова Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров /Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – М.: Юрайт, 2013. – 521 с. (5 экз. в библиотеке Рф МГИК).

#### **Дополнительная литература:**

10. Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации: Практикум / В.А. Алексунин, Е.Н. Скляр, Е.В. Дубаневич. М.: Дашков и К, 2014. – 194 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/174197>

11. Алешин Л.И. Мультимедиа и реклама: учеб. пособие /Л.И. Алешин. – М.: Литера, 2012. – 376с. (1 экз. в библиотеке Рф МГИК).

12. Бузина Ю. Виртуальные технологии в музее – опыт Пушкинского / Ю. Бузина // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2017. - № 9. – С. 13-20.

13. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие для вузов /Г.А. Васильев В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2013.

14. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие для вузов /Г.А. Васильев В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2013. – 276с.: ил. (10 экз. в библиотеке Рф МГИК).

15. Ганаева Е.А. Разработка маркетинговой стратегии образовательной организации: учебное пособие / Е.А. Ганаева. М.: ФЛИНТА, 2015. – 114 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/175789>

16. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие. / А.М. Годин. – М.: Дашков и К 2013. – 183 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/127743>

17. Джефкинс Ф. Реклама: Учебное пособие. / Ф. Джефкинс. – М.: Юнити-Дана 2012. – 544 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/164373>

18. Дубровин И.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2012. – 578 с. ЭБС «КнигаФонд» [Электронный источник], Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/149179>

19. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300-1.

20. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22 марта 1991 г. №948-1 (с последующими редакциями).

21. Закон РФ «О рекламе» от 13 марта 2006 г. №38.

22. Игнатьева Е. Инструменты управления учреждениями культуры / Е. Игнатьева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. - № 1. – С. 14-24.

23. Мандель Б.Р. Социальная реклама: учеб. пособие /Б.Р. Мандель.- М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. (10 экз. в библиотеке Рф МГИК).

24. Притупова Н. Новосибирский «Красный факел»: что помогло отделу маркетинга сделать театр успешным / Н. Притупова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2017. - № 8. – С. 11-22.

25. Современные тенденции развития социально-культурной сферы: сб. науч. ст. /отв. ред. Т.Ю. Митрофанова. – Рязань: Рф МГИК, 2013.

26. Устюгова М. Как привлечь посетителей в учреждение / М. Устюгова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2017. - № 1.

27. Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учеб. пособие/ Ф.И. Шарков, В. И. Гостенина. - М.: Дашков и К, 2009.



**Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины**  
**12. Правовое регулирование социально-культурной сферы**

**Основная литература:**

1. Гражданское право в вопросах и ответах. 2-е изд., перераб. и доп.: учеб. пособие / С.С. Алексеев [и др.]; под ред. СС Алексеева. - М.: Проспект; Екатеринбург: Институт частного права, 2009.
2. Гражданское право: Учебник. Ч. I / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. М., 2013.
3. Гришаев СП. Интеллектуальная собственность: Учеб. пособие. - М.: Юристь, 2012. - 364 с.
4. Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: понятие, система, задачи кодификации/Сб. статей - М., 2005
5. Ильин А.В. Правоведение: Основы теории Российского права: учеб. пособие / А.В. Ильин.- Рязань, 2014.
6. Интеллектуальная собственность (Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации): учеб. пособие / под общ. ред. Н.М. Коршунова. - М.: Норма, 2008.
7. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (постатейный). Часть четвертая / Э.П. Гаврилов, О.А. Городов, СП. Гришаев [и др.] . - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007.
8. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации / Под ред. А.Л. Маковского; вступ. Ст. В.Ф. Яковлева; Иссл. центр частн. Права. - М.: Статут, 2008.
9. Право интеллектуальной собственности: учебник / И.А. Зенин. - М.: Издательство Юрайт, 2011. - 567с. - Серия: Магистр.
10. Правоведение: учебник.- 6-е изд. стер. – М.: КНОРУС, 2011.
11. Правоведение: учебник./ под. ред. О.Е. Кутафина – 4-е изд., перераб и доп. – М.: Проспект, 2013.
12. Правовое регулирование интеллектуальной деятельности: краткий курс / Н.В. Котельников, И.Г. Лисименко / Под общ.ред. А.Я. Рыженкова. -Волгоград: «Панорама», 2006.
13. Российское гражданское право: Учебник: В 2 т. Т. I:Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права / Отв. ред. Е.А. Суханов. - М.: Статут, 2010.

**Дополнительная литература:**

14. Информационно-поисковая система: Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru> (edu.consultant.ru)
15. Правовой портал в сфере культуры [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://pravo.roskultura.ru/documents/200071/>;
16. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учеб.-2-е изд. М., 2003.
17. Судариков С.А. Право интеллектуальной собственности: учеб. - М.: Проспект, 2009.
18. Электронная библиотека студента «КнигаФонд» - <http://www.knigafund.ru/>

**Примерный перечень оценочных средств по дополнительной профессиональной программе «Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»**

**Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

**1. Теоретические и технологические основы социально-культурной деятельности**

1. Понятие социально-культурной деятельности.
2. Взаимодействие культурно-досуговых учреждений.
3. Понятие принципов организации социально-культурной деятельности и их методологической основы.
4. Плюрализм в социально-культурной деятельности, альтернативность подходов к её содержанию и организации.
5. Развивающий характер социально-культурной деятельности.
6. Социально-культурная деятельность как важная сторона общекультурного процесса.
7. Поддержка социально-культурных инноваций в сфере культуры. Взаимосвязь культуры и искусства с социальной жизнью общества.
8. Психологические особенности творческого коллектива.
9. Психологические механизмы социально-культурного воздействия.
10. Социально-психологические условия эффективности деятельности творческого коллектива.
11. Социологическая диагностика содержания социально-культурной деятельности.
12. Проведение научных исследований в сфере культуры и социально-культурной деятельности.
13. Социологические теории досуга.
14. Исследование проблем социализации личности и её социально-духовной реабилитации в сфере досуга.
15. Изучение досуговых интересов и потребностей людей. Специфика социологического познания досуга.
16. Программа социологического исследования социально-культурной деятельности.
17. Социологические методы исследования досуга: контент-анализ, наблюдение культурно-досуговых ситуаций, эксперимент.
18. Методика обработки социологической информации. Социологическая диагностика содержания социально-культурной деятельности.
19. Сущность творческо-производственной деятельности учреждения культуры.
20. Понятие о культурно-досуговой программе. Сценарно-драматургическая основа культурно-досуговой программы.
21. Соотношение документального и художественного материала в культурно-досуговой программе.
22. Планирование творческо-производственной деятельности учреждения культуры и отчетность по итогам реализации.
23. Принципы управленческой работы с творческим коллективом.
24. Основные проблемы и перспективы организации творческо-производственной деятельности в современной организации социально-культурной деятельности.
25. Технологии социально-культурной деятельности (средства, формы, методы).
26. Средства социально-культурной деятельности.
27. Виды средств социально-культурной деятельности.
28. Формы социально-культурной деятельности.
29. Методы социально-культурной деятельности.

30. Современные технологии социально-культурной деятельности.

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **2. Ресурсная база социально-культурной деятельности**

1. Специфика организации социально-культурной деятельности.
2. Общая характеристика ресурсной базы социально-культурной деятельности.
3. Социально-политические факторы организации социально-культурной деятельности.
4. Психолого-педагогические факторы организации социально-культурной деятельности.
5. Система учреждений социокультурной сферы.
6. Характеристика учреждений по основным направлениям деятельности.
7. Финансовый ресурс учреждений социокультурной сферы
8. Материально-технический ресурс социокультурной деятельности.
9. Понятие ресурсной базы организаций СКС.
10. Классификация ресурсов (нормативный ресурс, кадровый ресурс, финансовый ресурс, материально-технический ресурс).
11. Социально-демографический ресурс в СКС.
12. Морально-этический ресурс в СКС.
13. Классификация социокультурных учреждений по признаку ресурсного обеспечения.
14. Объекты социокультурной сферы государственного федерального значения.
15. Объекты социально-культурной сферы регионального (муниципального) подчинения.
16. Характеристика учреждений СКС по принципу использования ресурсной базы.
17. Многопрофильные учреждения СКС.
18. Однопрофильные учреждения СКС.
19. Прокатные (посреднические) организации СКС.
20. Содержание основной (профильной) деятельности социально-культурных учреждений.
21. Подготовка кадров социокультурных учреждений.
22. Характеристика организационных способностей руководителя социокультурного учреждения.
23. Кадровая политика социокультурных учреждений.
24. Совокупность целесообразных требований к должностям, занимаемым в социально-культурной сфере.
25. Профессиональная подготовка и переподготовка; карьерные передвижения в социально-культурной сфере.
26. Система допрофессиональной, профессиональной и постпрофессиональной подготовки и аттестации специалистов социально-культурной деятельности.
27. Субъекты СКД: социальные заказчики (ресурсодержатели), менеджеры-организаторы социально-культурной сферы, творческие работники.
28. Материально-технические и финансовые ресурсы организаций социокультурной сферы.
29. Имущество учреждений: основные фонды, оборотные средства, и ценности.
30. Современные проблемы использования ресурсной базы в учреждениях социально-культурной сферы.

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **3. Основы социально-культурного проектирования**

1. Проектная деятельность организаций социально-культурной сферы как инновационная управленческая работы: цели, задачи, значение.

2. Основные понятия социально-культурного проектирования и проектной деятельности. Программа, проект, концепция, управление проектами: определения терминов, характеристики.
3. Целевые программы в социально-культурной деятельности: значение, разновидности.
4. Направления программно-проектной деятельности организаций социально-культурной сферы.
5. Классификация социокультурных проектов.
6. Методологические и технологические аспекты управления социокультурными проектами.
7. Общая характеристика жизненного цикла проекта.
8. Основные особенности разработки концепции и подготовки проекта.
9. Основные этапы реализации проекта.
10. Основные процессы завершения проекта.
11. Поддержка проектов в социально-культурной сфере общественными и государственными фондами.
12. Грантрайтинг: определение понятия, характеристика, значение.
13. Грант: определение, типология и разновидности. Грантовая поддержка как форма финансирования в социально-культурной сфере.
14. Фонды-грантодатели, поддерживающие проекты по социокультурной проблематике.
15. Заявка на грант: основные принципы написания, структура заявки.
16. Постановка проблемы и цели проекта при написании гранта.
17. Формулирование задач, методов и этапов выполнения проекта при написании гранта.
18. Оформление документов, составляющих заявку на грант.
19. Применение информационных технологий в проектном развитии организаций социально-культурной сферы.
20. Отражение социально-культурного проектирования в сети Интернет.

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **4. Основы менеджмента**

1. Общая характеристика и понятие менеджмента.
2. Цели, принципы, функции, уровни и роли управления.
3. Понятие о системах и подсистемах управления.
4. Разделение понятий «управление» и «менеджмент». Руководитель, менеджер, предприниматель: сходства и различия. Специализация менеджеров.
5. Периодизация развития, школы и теории менеджмента.
6. Социально-культурные особенности и исторические основы менеджмента в России. Характер и особенности менеджмента в сфере культуры и искусства.
7. Классификации и характеристика управленческих функций.
8. Стадии, виды и процесс планирования. Особенности планирования в сфере культуры и искусства, планирование творческо-производственной деятельности и творческих результатов и процессов.
9. Организация деятельности как функция управления.
10. Определение параметров работ и обеспечение ресурсами как факторы влияния на запланированный результат.
11. Руководство и контроль как функция управления.
12. Принципы контроля. Взаимосвязь с целями работ, бюджетом и квалификацией исполнителей.
13. Самоконтроль. Особенности контроля творческих процессов и мероприятий.
14. Мотивация как функция управления. Научный подход к мотивации.

15. Влияние на удовлетворенность работой и результативность для организации.
16. Персонал и концепции руководства персоналом.
17. Требования к работникам, характер их трудовой деятельности.
18. Должностные инструкции. Содержание, система и методы подбора компетентного персонала.
19. Подбор и обучение персонала работников организаций культуры и искусства. Аттестация и профстандарты.
20. Понятие и характеристика группы.
21. Групповое влияние на организацию. Адаптация человека к групповому окружению и изменение его поведения.
22. Понятие, причины и структура конфликта.
23. Типология и стадии развития конфликта.
24. Управление конфликтами.
25. Методы разрешения конфликтов. Организационные и психологические особенности конфликтов в творческо-производственной деятельности.
26. Понятие и структура организационной культуры.
27. Ценности и ценностные ориентации как основа организационной культуры.
28. Уровни организационной культуры: символы, ценности и верования.
29. Концепции и содержание организационной культуры. Формирование организационной культуры.
30. Управленческая этика: понятие, принципы. Этический кодекс. Этические нормы в практике ведения деловых отношений.

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **5. Стратегический менеджмент**

1. Сущность стратегического менеджмента.
2. Принципы методологии стратегического менеджмента.
3. Функции стратегического менеджмента.
4. Содержание и структура стратегического управления.
5. Процесс стратегического менеджмента.
6. Анализ макроокружения.
7. Анализ непосредственного окружения.
8. Анализ внутренней среды.
9. Виды стратегий фирмы.
10. Особенности стратегий организаций социально-культурной сферы.
11. Стратегическое управление.
12. Ситуационный анализ.
13. SWOT-анализ фирмы.
14. PEST-анализ.
15. Формирование стратегических целей и стратегии предприятия.
16. Стратегия концентрированного роста.
17. Стратегия и политика организации.
18. Стратегии сокращения.
19. Признаки конкурентной силы или слабости.
20. Прогнозирование.
21. Основные направления стратегического управления.
22. Наступательная стратегия организации.
23. Миссия организации.
24. Цели и задачи организации.
25. Формирование культуры благоприятствующей стратегии.
26. Стратегия повышения качества.
27. Стратегическое планирование.

28. Типы управления.
29. Стратегический потенциал организации.
30. Мониторинг реализации стратегии.

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **6. Управленческие решения**

1. Общие сведения о теории принятия решений.
2. Процедура и основания для принятия управленческих решений. Понятие и функции управленческого решения.
3. Экономическая, социальная, правовая и технологическая цель и задачи принятия управленческого решения.
4. Творческий характер управленческих решений: интуитивный и рациональный подходы.
5. Типовой алгоритм разработки управленческого решения, его характеристика.
6. Функции управленческого решения в методологии и организации процесса управления организацией культуры.
7. Требования, предъявляемые к управленческому решению. Роль аналитика в процессе разработки и принятия управленческих решений.
8. Сущностные характеристики управленческого решения и лиц, принимающих решения (ЛПР).
9. Принципы принятия решений. Факторы качества управленческих решений.
10. Характеристика основных этапов разработки управленческих решений.
11. Сущность и содержание процесса разработки, принятия решения, реализации, анализа результатов управленческого решения.
12. Понятие «критерий». Требования к критериям.
13. Виды критериев. Однокритериальные и многокритериальные системы.
14. Выбор критерия. Форма критерия, шкалы для измерения значения критериев.
15. Технологии измерения критериев.
16. Определение понятия «риск».
17. Сущность и классификация рисков.
18. Чистые, спекулятивные, инвестиционные риски.
19. Методы управления рисками. Рекомендации менеджеру по управлению рисками.
20. Факторы оценки природы риска. Стратегии управления риском и причины пренебрежения риском.
21. Психологические тенденции отношения к риску.
22. Проблемы разработки и выбора управленческих решений в условиях неопределенности и риска.
23. Типичные ошибки менеджера в принятии управленческих решений.
24. Сущность и составляющие эффективности управленческих решений.
25. Факторы, определяющие эффективность управленческих решений.

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **7. Основы предпринимательской деятельности**

1. Сущность и значение предпринимательской деятельности.
2. Принципиальное отличие предпринимательства от других видов деятельности.
3. Предпринимательская среда. Субъекты предпринимательской деятельности: предприниматели, партнеры по бизнесу, наёмные работники, государство, их интересы, цели и задачи.
4. Основные правовые нормы деятельности предпринимателей: их права, обязанности и ответственность.

5. Возможность оказания платных услуг в учреждениях культуры. Перечень платных услуг и ценообразование на услуги в организациях культуры.

6. ФЗ РФ № 3612-1 «Основы законодательства российской федерации о культуре» от 9 октября 1992 года, статья 47. «Приносящая доходы деятельность государственных и муниципальных организаций культуры».

7. Сущность, типы и формы собственности.

8. Инициативный и самостоятельный характер предпринимательской деятельности.

Роль государства в её экономическом регулировании.

9. Частная, коллективная и государственная собственность.

10. Основные виды предприятий и их организационные формы.

11. Формы предпринимательской деятельности.

12. Индивидуальные и коллективные предприниматели, их объединения и союзы.

13. Государственные и негосударственные учреждения культуры всех типов и видов по ведомственной принадлежности (ОКОГУ) и организационно-правовым формам (ОКОПФ).

14. Финансово-экономическая и хозяйственная деятельность учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации.

15. Этапы открытия собственного предприятия.

16. Государственная регистрация предпринимателей как неременное условие начала их предпринимательской деятельности.

17. Основные документы государственной регистрации предпринимателей.

18. Порядок прохождения государственной регистрации предпринимателей.

19. Лицензируемые виды деятельности.

20. Понятие бизнес-планирования.

21. Структура бизнес-плана. Содержание бизнес-плана.

22. Сущность, виды и методы проведения коммерческих сделок.

23. Выбор коммерческих партнеров в условиях конкуренции. Договор – основной документ коммерческой сделки.

24. Понятие и основные функции гражданско-правового договора.

25. Лизинг: сущность, объекты, субъекты, сроки. Преимущества и недостатки.

26. Договор лизинга.

27. Франчайзинг: сущность, преимущества и недостатки.

28. Договор франчайзинга. Права, обязанности и ответственность франчайзера.

29. Возможности применения франчайзинга в организациях социально-культурной сферы.

30. Социальная ответственность, психология и этика предпринимательства.

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **8. Технологии менеджмента социально-культурной деятельности**

1. Технология self-management в деятельности руководителя учреждения культуры.

2. Виды социокультурного менеджмента и функции менеджера.

3. Профессиональная компетентность социокультурного менеджера.

4. Управление кадрами в социокультурном учреждении. Технологии коммуникаций.

5. Технология time-management как основа self-management руководителя учреждения культуры.

6. Значение фактора времени в деятельности руководителя учреждения культуры.

7. Принципы эффективного использования времени.

8. Правила личной организованности и самодисциплины. Методы учёта и анализа использования времени руководителя.

9. Технология self-administration в деятельности учреждения культуры.

10. Методы опосредованного и сопряченного менеджмента: делегирование на основе взаимного доверия и общей заинтересованности в результатах деятельности.

11. Организация сопричастного менеджмента
12. Вовлечение в процесс управления неформальных лидеров творческих коллективов и общественных организаций.
13. Способы планирования в сфере социально-культурной деятельности: традиционный (директивный), нормативно-целевой, программно-целевой.
14. Методы планирования: аналитический (экстраполяция), нормативный, программный.
15. Основные этапы планирования: организационно-подготовительный этап; этап разработки плана; этап согласования и утверждения плана; этап популяризации плана и организация контроля исполнения.
16. Сущность и виды контроля выполнения плановых заданий, условия оптимального применения контроля в сфере социально-культурной деятельности.
17. Условия успешного осуществления плановых заданий.
18. Понятие «плановый показатель», виды плановых показателей в сфере социально-культурной деятельности.
19. Менеджмент как коммуникативная деятельность.
20. Основные коммуникативные каналы в учреждении культуры.
21. Дифференциация управленческой информации по содержанию.
22. Информация формальная и неформальная.
23. Подсистемы формальной информации: подсистема бухгалтерско-статистической информации, подсистема учёта и работы с кадрами, подсистема производственно-творческой деятельности, подсистема организационной деятельности и др.
24. Информационный шум: понятие, причины возникновения и факторы преодоления.
25. Информационные ресурсы социокультурного менеджмента.
26. Информационные технологии: понятие, их функциональное значение во внутреннем организационном пространстве и во взаимодействии учреждения культуры с внешней средой.
27. Понятие информационной технологии управления (ИТУ).
28. Организация и средства информационных технологий обеспечения управленческой деятельности. Электронные системы документооборота.
29. Организационное и техническое обеспечение электронного документооборота управленческой деятельности.
30. Технология автоматизации офиса. Понятие офиса. Офис как информационная, коммуникационная и социотехническая системы. Понятие электронного офиса. Виртуальный офис.

## **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

### **9. Экономика социально-культурной сферы**

1. Экономика социально-культурной сферы как самостоятельная область научного знания и хозяйственной деятельности. Цели и задачи дисциплины «Экономика социально-культурной сферы».
2. История дисциплины «Экономика социально-культурной сферы».
3. Специфика предмета и объекта дисциплины «Экономика социально-культурной сферы». Отличие предмета дисциплины «экономика социально-культурной сферы» от предмета смежных научных дисциплин экономического и культурологического циклов.
4. Специфика экономики отдельных отраслей социально-культурной сферы (культуры, образования, здравоохранения, социального обеспечения и т.п.).
5. Специфика экономики подотраслей культурной сферы (экономика клубной деятельности, экономика музейного и библиотечного дела, экономика театра, экономика кинопроизводства и кинопроката, экономика туризма, экономика шоу-бизнеса и т.п.).



6. Понятие культурной деятельности, культурных ценностей и культурных благ.
7. Формы собственности в культуре. Коммерческие и некоммерческие организации культуры.
8. Социально-культурная услуга как нематериальное благо и социально-экономическое отношение, её отличие от товара.
9. «Производитель» и «потребитель» культурных благ как субъекты культурной деятельности. Экономическая модель культурного процесса;
10. Механизм спроса и предложения на рынке культурных услуг. Специфика потребительской стоимости в сфере культуры. Особенности производства в социально-культурной сфере.
11. Открытие и практикоприменимость в сфере культуры закона «Баумоля-Боуэна».
12. Экстерналии (внешние эффекты)». Отрицательные внешние эффекты. Положительные внешние эффекты. Необходимость и способы нейтрализации внешних эффектов.
13. Теория А. Пигу о вмешательстве государства. Теорема Коуза.
14. Понятие общественных и частных благ. Равновесие Э. Линдаля. Модель К. Тиббу.
15. Реформы в сфере культуры с середины 90-х гг. 20 в. Переход от старой традиционной системы управления к новой общественно-государственной системе развития сферы культуры.
16. Понятие и принципы построения государственной культурной политики. Особенности региональной культурной политики, её экономические цели, задачи и приоритеты. Муниципальная культурная политика.
17. Необходимость государственного управления культурой. Государственное управление культурой в РФ. Деятельность Министерства культуры Российской Федерации. Региональные органы управления культурой.
18. Условия для предпринимательской деятельности в отраслях непродовольственной сферы. Основные направления предпринимательской деятельности учреждений культуры в условиях рынка. Правовая основа предпринимательской деятельности в сфере культуры.
19. Структура доходов от предпринимательской деятельности в учреждениях культуры. Планирование коммерческой деятельности учреждений культуры.
20. Федеральные законы Российской Федерации, касающиеся сферы культуры и искусства. ФЗ РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре». Нормативные акты, касающиеся сферы культуры.
21. Реформирование законодательства в сфере культуры. Нормы международного права в сфере культуры. Отраслевые аспекты общего законодательства. Региональные законы о культуре.
22. Необходимость и специфика государственного регулирования сферы культуры и искусства. Теория А. Пигу о «провалах» рынка. «Плюсы» и «минусы» государственного регулирования культурной деятельности.
23. Понятие многоканальной системы финансирования. Модели финансирования культурных институтов: американская и европейская практика.
24. Типы поведения государства к процессу финансирования культуры и искусства: государство-инженер, государство-архитектор, государство-патрон, государство-помощник.
25. Виды помощи государства сфере культуры и искусства (мировой опыт). Экономические инструменты, с помощью которых государства мира оказывают помощь организациям и деятелям культуры.
26. Изменение системы финансирования бюджетных организаций социально-культурной сферы с 01.01.11 г. в связи с введением новой структуры государственных и муниципальных учреждений. Основные положения Федерального закона РФ от

08.05.2010 N 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений». Характеристика казенных учреждений. Характеристика бюджетных учреждений. Характеристика автономных учреждений. Основные отличия новых типов организаций социально-культурной сферы. Виды финансирования в зависимости от типа организации культуры.

27. Понятие финансирования и многоканальной системы финансирования. Характеристика типов источников формирования финансовых ресурсов в социально-культурной сфере: государственные, привлеченные, собственные средства.

28. Правовая регламентация государственного финансирования сферы культуры. Тенденция сокращения бюджетных обязательств государства в области культуры.

29. Механизмы прямого бюджетного финансирования учреждений социально-культурной сферы. Сметное финансирование. Понятие государственного (муниципального) задания. Субсидарное финансирование учреждений культур в рамках выполнения государственного (муниципального) задания.

30. Финансирование учреждений культуры через социально-творческие (социально-культурных) заказы. Финансирование учреждений культуры по программно-целевому принципу. Федеральная целевая программа Российской Федерации «Культура России (2012-2018 годы)».

31. Косвенное бюджетное финансирование учреждений социально-культурной сферы: налоговые и таможенные льготы, льготы по оплате коммунальных услуг и арендной платы, возможность получения льготных кредитов или кредитов под гарантии государства.

32. Внебюджетные источники финансирования организаций культуры: благотворительность (спонсорство, меценатство, пожертвование, патронаж); предпринимательская деятельность; коммерческая деятельность (платные услуги); кредиты банков и др.

33. Спонсорство и меценатство как источники дополнительного финансирования в сфере культуры. Разграничение этих понятий. Мировой и отечественный опыт спонсорства в сфере культуры.

34. Предпринимательская и коммерческая деятельности в сфере культуры. Частные предприятия в сфере досугового и шоу-бизнеса.

35. Платные услуги, их роль в индивидуализации и дифференциации культурных потребностей населения. Преимущества и недостатки системы платных форм культурной деятельности. Примерный перечень платных услуг, предоставляемых учреждениями культуры.

36. Понятие о фандрайзинге. Методика проведения и инструменты фандрайзинга. Принципы составления фандрайзинговой заявки.

37. Эппликантрайзинг как новый вид спонсорства. Механизм эппликантрайзинга.

38. Понятие фонда целевого капитала или эндаумент-фонда. Мировая практика финансирования непроизводственной сферы с помощью эндаумент-фондов. Целевой капитал организаций культуры в России: нормативное регулирование и практика правоприменения. Основные положения Федерального закона РФ от 30.12.2006 № 275-ФЗ "О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций".

39. Процедура формирования целевого капитала некоммерческой организации. Примеры российских фондов целевого капитала.

40. Преимущества фонда целевого капитала организации культуры перед простым благотворительным фондом. Проблемы и перспективы развития отрасли фондов целевого капитала в России.

41. Краудфандинг – народное финансирование организаций социально-культурной сферы и социально-культурных проектов. Механизм краудфандинга. История и практика краудфандинга: мировой и отечественный опыт.

42. Трудовые отношения в сфере культуры, их отраслевая специфика. Компоненты сферы труда в организациях культуры: кадровая работа, мотивация труда и трудовые отношения. Правовая основа трудовых отношений в России.

43. Понятие рабочего времени, рабочей силы, человеческого капитала. Характеристика структуры персонала, занятого в учреждениях культуры. Штатное расписание в организациях культуры.

44. Формы оплаты труда. Понятие гонорара, роялти, гранта. Почасовая оплата. Оплата за совместительство. Разовое вознаграждение.

45. Реформирование оплаты труда работников сферы культуры (федеральная концепция). Постановление Правительства РФ от 22.09.2007 №605 «О введении новых систем оплаты труда бюджетных учреждений и гражданского персонала воинских частей, оплата которых осуществляется на основе ЕТС по оплате труда работников федеральных государственных учреждений».

46. Отраслевая система оплаты труда в социально-культурной сфере. Отличия НСОТ от ЕТС. Понятие и способы расчёта базовых должностных окладов, стимулирующих и компенсирующих выплат работникам культуры.

47. Теоретические вопросы ценообразования на услуги в сфере культуры. Виды цен в сфере культуры. Различия между себестоимостью и ценой на социально-культурные услуги.

48. Понятие ценообразования. Специфика и факторы, влияющие на процесс ценообразования в социально-культурной сфере. Ценовые стратегии в коммерческом секторе социально-культурной сферы.

49. Ценовые стратегии в сфере культуры: стратегия высоких цен, стратегия средних цен, стратегия низких цен (проникновение на рынок), стратегия льготных цен, стратегия следования за лидером.

50. Методы ценообразования в сфере культуры: метод с учетом цен конкурентов, метод на основе спроса потребителей, метод на основе издержек. Модификация цен по географическому принципу. Установление различных цен для разных потребительских сегментов.

## **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

### **10. Основы маркетинга**

1. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства.
2. Эволюция концепций маркетинга.
3. Функции маркетинга.
4. Виды и задачи маркетинга.
5. Внешняя среда маркетинга.
6. Система маркетинговой информации о рынке и методы ее сбора.
7. Классификация и сущность видов маркетинговых исследований.
8. Сегментирование рынка.
9. Признаки сегментирования.
10. Модели поведения потребителя.
11. Понятия рыночной ниши и рыночного окна.
12. Комплекс маркетинга.
13. Товар в системе комплекса маркетинга.
14. Основные характеристики ассортимента товара (услуги).
15. Фазы жизненного цикла товара (услуги).
16. Цена в системе комплекса маркетинга.
17. Система товародвижения.
18. Виды и характеристика каналов сбыта.
19. Специфика прямого и косвенного сбыта.

20. Виды посредников и их особенности.
21. Стратегии товародвижения.
22. Маркетинговые коммуникации.
23. Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии.
24. Планирование и контроль в маркетинге.
25. Бюджет маркетинга.
26. Организация службы маркетинга.
27. Международный маркетинг.
28. Интернет-маркетинг. Сущность и преимущества Интернета и Интернет-технологий в маркетинговой деятельности. Инструменты Интернет-маркетинга, методы и технологии Интернет-маркетинга.
29. Маркетинг услуг. Особенности услуги как товара, специфические особенности маркетинга услуг, трудности, вызванные этими особенностями, и пути преодоления этих трудностей; особенности маркетинга сферы услуг.
30. Маркетинг и общество. Особенности социально-ориентированного производителя. Особенности применения маркетинга в сферах общественного развития.

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **11. Реклама и связи с общественностью**

1. Связи с общественностью как область знания и сфера деятельности. Специфика связей с общественностью в работе социокультурных и не коммерческих организаций.
2. Основные цели связей с общественностью. Понятие общественности.
3. Потребности, запросы, интересы и мотивы практического поведения человека.
4. Методика исследования потребностей, запросов, интересов общественности и технология их формирования средствами публичных рилейнз.
5. Современные методы информирования, убеждения и внушения. Эффекты заражения и моды. Технологические основы PR.
6. Основные пути и средства сохранения и повышения репутации субъектов социально-культурной деятельности: решение задач формирования имиджа, позиционирования и персонификации.
7. PR в сфере взаимодействия со СМИ. Инструменты работы пиар-службы со СМИ: пресс-релиз, бэкграундер, медиа-кит, факт-лист и обзорные статьи. Выбор средств массовой информации, используемых в связях с общественностью. Эффективность использования средств массовой информации для различных мероприятий и программ по связям с общественностью.
8. Подготовка материалов к распространению. Комплектование информационных пакетов. Правила составления информационных сообщений.
9. Понятие копирайтинга, функции копирайтера. Общие правила подготовки пресс-релиза. Оформление пресс-релизов.
10. Брифинги, интервью и беседы, пресс-конференции. Алгоритм проведения пресс-конференций и брифингов. Актуальность данного направления связей с общественностью в социально-культурной деятельности.
11. Технологии использования средств пиар-коммуникаций в управлении проблемными (issue management) и кризисными (crisis communications) ситуациями в деятельности социально-культурной деятельности.
12. Выставка в связях с общественностью. Организация ярмарок. Презентация.
13. Полиграфические, киноаудиовизуальные и электронные средства в связях с общественностью
14. Подготовка публичных выступлений в аудитории, по радио, на телевидении. Размещение газетно-журнальных сообщений.
15. Основные приемы устного общения. Невербальные коммуникации и управление.

16. Основные требования к специалисту по связям с общественностью.
17. Формирование профессиональных знаний, умений и навыков специалиста по связям с общественностью. Пути повышения квалификации.
18. Этические аспекты PR в социально-культурной сфере.
19. Понятие, сущность и функции рекламы. Применимость и задачи рекламы в деятельности организаций социально-культурной сферы.
20. Базисные типы рекламы. Информативная, убеждающая и напоминающая реклама. Рациональная и эмоциональная реклама. Селективная (избирательная) реклама, массовая реклама. Локальная, региональная, общенациональная, международная реклама.
21. Каналы распространения рекламы. Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Реклама на выставках и ярмарках.
22. Реклама в Интернете.
23. Рекламная кампания: цели и методы проведения. Разработка плана рекламной кампании. Проведение рекламной кампании в социально-культурной сфере.
24. Мировой и отечественный рынок рекламы: состояние, тенденции.
25. Нормативные документы, на основе которых осуществляется правовое регулирование рекламной деятельности в России и за рубежом. Закон Российской Федерации от 13.03.2006 г. «О рекламе».

### **Контрольные вопросы по учебной дисциплине**

#### **12. Правовое регулирование социально-культурной сферы**

1. Право: понятие, нормы, отрасли, признаки.
2. Соотношение права и государства. Функции права и сферы его применения.
3. Право как нормативная форма общественного сознания. Взаимосвязь права и социального порядка.
4. Норма права, ее структура. Формы (источники) права.
5. Закон и подзаконные акты. Конституция - основной закон государства и общества. Отрасли права: понятие и система.
6. Правоотношения и их участники. Физические и юридические лица, их правоспособность и дееспособность.
7. Субъекты публичного права. Государственные органы и должностные лица.
8. Субъективное право и юридическая обязанность: понятие и виды.
9. Юридические факты как основания возникновения, изменения и прекращения правовых отношений.
10. Правонарушение и юридическая ответственность. Понятие, признаки и состав правонарушения.
11. Субъект, объект, субъективная, объективная стороны правонарушения. Виды правонарушений.
12. Понятие, основные признаки и виды юридической ответственности. Основание возникновения юридической ответственности.
13. Процессуальные гарантии прав лица, привлеченного к ответственности. Законность и обоснованность ответственности.
14. Понятие гражданских правоотношений. Физические и юридические лица.
15. Право собственности. Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение.
16. Наследственное право.
17. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву.
18. Трудовой договор. Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение.
19. Административное правонарушение и административная ответственность.

20. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.
21. Экологическое право. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности.
22. Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.
23. Социально-культурная деятельность как объект правового регулирования.
24. Особенности правового статуса учреждений социально-культурной сферы и роль права в регулировании их деятельности.
25. Источники правового регулирования организаций культуры.
26. Международные акты в социально-культурной сфере.
27. Нормативно-правовые акты России в социально-культурной сфере и их виды.
28. Интеллектуальная собственность как объект правового регулирования.
29. Особенность интеллектуальной собственности и авторского права в сфере культуры и их значение.
30. Источники правового регулирования интеллектуальной собственности в сфере культуры.
31. Международно-правовые акты, регулирующие интеллектуальную собственность.
32. Внутригосударственное законодательство, регулирующее интеллектуальную собственность.
33. Роль саморегулирования и органов коллективного управления авторскими и смежными правами.
34. Авторские и смежные права в сфере культуры и их реализация.
35. Средства индивидуализации учреждений культуры.

**Критерии общего оценивания знаний слушателей по учебным дисциплинам (модулям) дополнительной профессиональной программы «Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»**

Основой для определения оценки на экзамене и зачёте служит уровень усвоения слушателями материала, предусмотренного учебными программами дисциплин (модулей).

Общими критериями оценки ответа слушателей на экзамене и зачёте являются следующие:

- Знание фактического материала по соответствующему вопросу, его документально-источниковой основы.
- Знание современных теоретических подходов к изучению рассматриваемой проблемы и умение использовать их в практическом аспекте.
- Умение аргументировано излагать собственную точку зрения.
- Умение логически правильно построить ответ, выявить причинно-следственные связи, четко обобщить изложенный материал.
- Знание определений базовых понятий (терминов) дисциплины.

***Критерии оценок знаний слушателей на экзамене***

Уровень усвоения слушателями учебно-программного материала на экзамене определяется и фиксируется с использованием оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

• Оценки **«отлично»** заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее и глубокое знание учебно-программного материала, успешно усвоивший основную и дополнительную литературу по курсу. Как правило, оценка «отлично» выставляется слушателям, проявившим активность в процессе учебной работы по курсу и творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

• Оценки **«хорошо»** заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, усвоивший основную литературу по курсу. Как правило, оценка «хорошо» выставляется слушателям, показавшим систематический характер знаний по курсу и способным к их самостоятельному пополнению в ходе дальнейшей профессиональной деятельности.

• Оценки **«удовлетворительно»** заслуживает слушатель, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для предстоящей работы по профессии, знакомый с основной литературой по курсу. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется слушателям, допустившим погрешности в ответе на экзамене, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

• Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется слушателю, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в ответах на контрольные вопросы по курсу, не ориентирующемуся в основной литературе по дисциплине.

***Критерии оценки знаний слушателей на зачёте***

оценка «зачтено»	Слушатель обнаружил глубокое знание учебно-программного материала, успешно усвоил основную и дополнительную литературу по курсу, не допустил (допустил незначительные) ошибки в процессе устного зачётного опроса по контрольным вопросам и/или при выполнении зачётного теста.
------------------	---

<b>оценка «не зачтено»</b>	Слушатель обнаружил пробелы в знаниях учебно-программного материала, не усвоил основную и дополнительную литературу по курсу, допустил значительные ошибки в процессе устного зачётного опроса по контрольным вопросам и/или при выполнении зачетного теста.
----------------------------	--

При оценке знаний слушателей на экзаменах и зачетах обязательно учитывается степень активности, характер и результаты совокупной учебной деятельности слушателей по усвоению курса, в том числе оценка их работы на семинарских и практических занятиях, оценка выполнения заданий самостоятельной работы.



**Образец экзаменационного (зачётного) билета  
для оценивания знаний слушателей по учебным дисциплинам  
(модулям) дополнительной профессиональной программы  
«Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»**

---

Министерство культуры Российской Федерации  
Рязанский филиал  
федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

Отделение дополнительного профессионального образования  
Кафедра социально-культурной деятельности

Дисциплина: **Основы менеджмента**

Наименование дополнительной профессиональной программы  
**«Социально-культурная деятельность: менеджмент организации»**

**Билет № 1**

1. Организационные отношения в системе менеджмента.
2. Принципы менеджмента.

Зав. кафедрой            Н.С. Квасова  
Зав. ОДПО                М.Н. Жаворонкова

2017/2018 учеб. год

---