

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Московский государственный институт культуры»

**УТВЕРЖДАЮ:**

Председатель УМС  
Факультета государственной  
культурной политики  
Единак А.Ю.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.О.21. Менеджмент и маркетинг в сфере**  
**народной художественной культуры**

Направление подготовки: 51.03.02 Народная художественная культура

Профиль подготовки: Руководство этнокультурным центром

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

*(РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов)*

## **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соответствующих с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

### *Цели и задачи освоения дисциплины*

Цель освоения дисциплины (модуля) «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» направлена на освоение студентами теоретических знаний и практических навыков технологий менеджмента и маркетинга применительно к особенностям профессиональной деятельности в области организации и управления народной художественной культурой.

*Формируемые компетенции* в результате освоения дисциплины (модуля):

УК-9 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

ОПК-4 - Способен ориентироваться в проблематике современной государственной культурной политики Российской Федерации;

ПК-8 - Способность участвовать в организационно-методическом обеспечении, подготовке и проведении фестивалей, конкурсов, смотров, праздников, мастер-классов, выставок народного художественного творчества, семинаров и конференций, посвященных народной художественной культуре;

ПК-9 - Способность планировать и осуществлять административно-организационную деятельность учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества;

ПК-10 - Способность осуществлять стратегическое и тактическое управление малыми коллективами, находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях, нести за них ответственность.

*В результате освоения дисциплины студент должен:*

*1) Знать:*

- системообразующие понятия менеджмента и маркетинга;
- основы инновационного, стратегического, финансового, кадрового менеджмента;

- основы управления сферой народного художественного творчества, его особенности, виды менеджмента и маркетинга, технологии ПР и рекламы;
- основы российского законодательства в области сохранения национального культурного наследия

## 2) Уметь:

- использовать полученные знания в процессе профессиональной деятельности;
- использовать нормативно-правовые документы в реализации актуальных задач воспитания населения, развития духовно-нравственной культуры общества, национально-культурных отношений средствами народной художественной культуры и любительского творчества;
- выполнять функции арт-менеджера, планировать и организовывать все виды организаторской и управленческой деятельности в коллективе художественной самодеятельности;
- разрабатывать учебно-методическую документацию по организации управления коллективом народного художественного творчества.

## 3) Владеть:

- основными формами и методами организации и управления коллективом народного художественного творчества;
- приемами руководства художественно-творческой деятельности коллектива НХТ;
- основными методами управления коллективами этнохудожественной направленности.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» является обязательной дисциплиной, входит в состав Блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к базовой части ОПОП по направлению подготовки Народная художественная культура, профиль – Руководство этнокультурным центром.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» изучается в 5 и 6 семестрах. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: «Основы государственной культурной политики», «Организация и руководство народным художественным творчеством», «Организация и руководство этнокультурными центрами». Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач и формированию необходимых компетенций.

## 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах

4 з.е., 144 часа, из них ауд. 68 час., СРС - 37, формы контроля – зачет (5 семестр), экзамен (6 семестр) (очное отделение).

## 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.**

Лекционные занятия предназначены для теоретического осмысления и обобщения сложных разделов дисциплины, которые освещаются, в основном, на проблемном уровне.

Семинарские занятия предполагают работу каждого студента по групповому или индивидуальному заданию и личный устный или письменный отчет по нему перед педагогом.

Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованной литературе, для выполнения заданий по курсу.

**Форма обучения: Очное**

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
				Лекц ий	Сем ина р	СРС	Всего	
1.	Введение. Предмет и задачи курса.	5	1	2		7		
2.	Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.	5	2	2		7		
3.	Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.	5	3-6	6	2	7		
4.	Реклама и технологии ПР.	5	7-10	6	2	8		<i>Рубежный контроль</i>
5.	Управление персоналом	5	11-12	2	2	8		
6.	Менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве. Типы и условия реализации.	5	13-14	2	2	8		
7.	Методология менеджмента в сфере народной художественной культуры	5	15-17	6		8		
	<b>Итого</b>			<b>26</b>	<b>8</b>	<b>32</b>		
8.	Организационная структура управления коллективом народного художественного творчества	6	1	2		4		Защита реферата
9.	Современные информационные технологии и менеджмент в сфере народной художественной культуры	6	2-3	2	2	4		
10.	Специальные методы менеджмента в этнокультурных организациях	6	4-5	2	2	4		
11.	Культура менеджмента и система управления персоналом в сфере народной художественной культуры	6	6-8	4	2	4		<i>Рубежный контроль</i>
12.	Учёт, отчётность и контроль эффективности труда менеджеров и специалистов в сфере народной	6	9-12	6	2	4		Защита проекта

	художественной культуры и народного искусства							
13.	Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR и СМИ	6	13-15	6		4		
14.	Финансирование этнокультурных проектов, привлечение финансовых средств из различных источников	6	16-17	4		3		
	Итого			26	8	27		
	<b>ИТОГО за период обучения:</b>			<b>52</b>	<b>16</b>	<b>59</b>	<b>144</b>	Экзамен

## Содержание разделов дисциплины

### Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса.

Основное содержание курса, цели, задачи. Особенности менеджмента и маркетинга в сфере культуры. Роль менеджмента и маркетинга в управлении, планировании, развитии учреждений культуры. Проблема эффективности менеджмента в сфере культуры.

### Тема 2. Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.

Менеджмент: основные понятия. Функции менеджмента. Цели менеджмента. Характеристики современного менеджмента. Маркетинг и инновация (общие понятия). Технологии управления (проблемная ситуация - мотивация выбора технологии).

Виды менеджмента. Инновационный менеджмент, понятие инновации. Комплексный анализ деятельности как основа инновационных разработок. Управление инновациями. Стратегический менеджмент. Понятие стратегии управления. Конкурентоспособность организации. Понятие планирования. Программный метод управления. Бизнес-план. Контроль и контроллинг. Финансовый менеджмент. Технология фандрейзинга, ее организационное, информационное и техническое обеспечение. Планирование фандрейзинговых компаний. Анализ эффективности. Информационный менеджмент.

### Тема 3. Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.

Понятие и сущность маркетинга. Основные элементы комплекса маркетинга. Маркетинг и культура. Жизненный цикл товара. Принципы сегментирования рынка. Виды маркетинга по возможности охвата рынка. Методы продвижения этнокультурных услуг на потребительском рынке. План маркетинга. Понятие ценообразования и ценовой политики. Виды цен. Специфика маркетинга в организациях культурной сферы. Коммерческий и некоммерческий маркетинг. Социальный маркетинг.

### Тема 4. Реклама и технологии PR

Понятие рекламы как системы мероприятий. Виды рекламы по целям, источникам финансирования. Реклама как средство мотивации аудитории.

Рекламные средства, носители и факторы рекламы. Принципы привилегий и льгот. Принципы и правила проведения рекламной кампании (план мероприятий, адресность, дизайн, ритмы, фактическая основа, языковой стиль). Опыт рекламной деятельности в российской сфере культуры.

Значение и содержание public relations (PR). История становления PR как функции менеджмента. Этнокультурные коммуникации и технологии PR (основные партнеры потребители услуг). Реклама и паблисити и их значение. Виды представления информации (бэкграундер, пресс-релиз, медиа--kit, факт-лист и проч.). Использование ресурсов Интернет в PR. Планирование и проведение PR- кампаний.

### **Тема 5. Управление персоналом**

Понятие «персонал». Современные условия кадровой политики в России. Документально-нормативная база. Формирование «команды». Социально-психологические аспекты менеджмента. Системы стимулирования и мотивации труда. Принципы работы кадровой службы, требования к расстановке кадров. Оценка эффективности работы и аттестация. Управление сопротивлением. Лидерство и стили руководства. Управленческие решения. Понятие корпоративной культуры, имиджа. Методы поддержания корпоративной культуры.

### **Тема 6. Менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве.**

#### **Типы и условия реализации.**

#### **Вопросы к семинарскому занятию**

1. Обоснуйте следующее высказывание: «Профессиональный менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве является фундаментом эффективной этнокультурной и этнохудожественной деятельности».
2. Дайте собственное определение понятию «менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве».
3. Укажите специфические особенности управления этнохудожественными процессами.
4. Обоснуйте пути развития народной художественной культуры в русле решения управленческих проблем.
5. Выявите особенности подготовки менеджеров в сфере народной художественной культуры.
6. Назовите основные требования к менеджеру в сфере народной художественной культуры.

### **Тема 7. Методология менеджмента в сфере народной художественной культуры**

Закономерности и общие принципы менеджмента. Общие принципы менеджмента в преломлении к сфере народной художественной культуры.

Формирование целей или целеполагание. Общие и специфические цели. Краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные цели.

Миссия организации. Стратегия и тактика организации. Прогнозирование как основа определения цели и стратегии ее достижения организацией.

Задачи менеджмента. Типологизация задач по характеру их влияния на деятельность организации.

Определение функции менеджмента. Общие, специальные и вспомогательные функции, их характеристики.

Методы менеджмента. Общенаучные и специфические (частные) методы. Классификация методов современного менеджмента. Особенности выбора методов управления в учреждениях этнокультурного профиля.

### **Тема 8. Организационная структура управления коллективом народного художественного творчества**

#### **Вопросы к семинарскому занятию**

1. В чем заключаются организационно-управленческие основы работы коллектива народного художественного творчества?

2. В чем состоит специфика руководства групповыми формами художественно-творческой деятельности коллектива?

3. Укажите основные принципы планирования и учета работы коллектива народного художественного творчества.

4. Назовите виды и обоснуйте примерную структуру плана работ коллектива народного художественного творчества.

## **Тема 9. Современные информационные технологии и менеджмент в сфере народной художественной культуры**

**Подготовьте сообщения по следующей тематике:**

1. Информационное обеспечение принимаемых решений и контроля их реализации, анализа итогов деятельности как важнейшее условие эффективности современного менеджмента.
2. Мониторинг состояния дел учреждений этнокультурного профиля как первичное (фактологическое) информационное обеспечение.
3. Анализ состояния конкретных рынков услуг, тенденций их развития, экспертиз и оценок, рекомендаций как вторичное (аналитическое) информационное обеспечение.
4. Проблемы создания системы информационного обеспечения в сфере народной художественной культуры.
5. Задачи и функции системы информационного обеспечения в управлении сферой народной художественной культуры.
6. Создании информационно-аналитических, информационно-маркетинговых, рекламных, информационно-издательских и подобных служб (центров, агентств) с целью информационного обеспечения этнокультурных программ и проектов, помощи в их продвижении.

## **Тема 10. Особенности менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры**

**Вопросы к семинарскому занятию**

1. Выявите специфику менеджмента в сфере народной художественной культуры, связанную с особенностями «духовного производства».
2. Назовите особенности «продуктов» деятельности в сфере народной художественной культуры.
3. Охарактеризуйте основные виды маркетинга в сфере народной художественной культуры.
4. Обоснуйте факт превалирования непрофитного маркетинга.

## **Тема 11. Культура менеджмента и система управления персоналом в сфере народной художественной культуры**

Современные концепции и подходы к управлению персоналом в сфере культуры. Наиболее эффективные методы управления в сфере народной художественной культуры с учетом законов рынка. Новые требования к персоналу в связи с внедрением рыночных отношений. Специфика формирования механизма мотивации работников этнокультурной сферы к повышению эффективности труда. Важность учета не только экономической, но и социальной эффективности управления персоналом в этнокультурной сфере.

**Вопросы к семинарскому занятию**

1. Назовите составляющие стратегии управления персоналом.
2. Что такое менеджмент персонала?
3. Что включает в себя система управления персоналом?
4. Какие методы наиболее эффективные для обучения персонала поведенческим навыкам (ведение переговоров, проведение заседаний, работа в группе)?
5. С чем связано возрастание роли стратегического подхода к управлению персоналом в настоящее время?
6. Какой метод в области совершенствования управления персоналом получил наибольшее распространение?

## **Тема 12. Учёт, отчётность и контроль в сфере народной художественной культуры и народного искусства**

### **Вопросы к семинарскому занятию**

1. Назовите особенности учета деятельности учреждения культуры.
2. Какова роль и значение учета и отчетности?
3. Назовите виды учета и отчетности и требования к их организации.
4. В чем состоит специфика текущего учета?
5. В чем состоит специфика статистического учета и отчетности?
6. В чем состоит специфика творческого отчета?

## **Тема 13. Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR.**

Ресурсы PR-технологий и их использование в сфере народного художественного творчества. Возможности использования PR и рекламы в продвижении народного художественного творчества. Основные этапы разработки PR-проектов. Технология проектирования PR и рекламной кампании учреждения культурно-досуговой сферы. Этапы осуществления PR и рекламной кампании.

### **Вопросы к семинарскому занятию**

1. Какие коммуникационные задачи можно решить с помощью выставок народного творчества?
2. Ярмарка как способ организации рекламной кампании.
3. Правила проведения презентации.
4. Имиджевые приемы организации семинара и конференции.
5. Экскурсия как вид коммуникации в сфере народного художественного творчества.

## **Тема 14. Источники финансирования деятельности в сфере культуры**

Три основных типа экономики культуры в зависимости от механизма ее финансирования: романский тип, германский тип, англо-американский тип. Механизмы финансирования: централизованные (государственные структуры) 2) местные (местное самоуправление и самоорганизация сферы культуры и искусства) 3) спонсорство и благотворительность 4) доход от собственной предпринимательской деятельности.

Технология фандрейзинга— привлечения и аккумуляции средств из различных источников.

### **Вопросы к семинарскому занятию**



1. В чем заключаются отличия фандрейзинга от поиска инвесторов?
2. Докажите или опровергните утверждение: «Фандрейзинг — технология, свойственная как сфере культуры, так и социально-культурной сфере в целом».
3. Докажите утверждение: «Организации культуры отличаются высокой диверсификацией источников финансирования».
4. В чем рациональность практики ряда стран, где часть бюджетных средств идет на «непосредственное финансирование потребителя» в социально-культурной сфере.
5. Приведите примеры федеральных, региональных или местных культурных программ, финансируемых из соответствующих фондов развития культуры и искусства.
6. **Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине (учебники, методические рекомендации, учебно-методические и методические материалы, пособия, рабочие тетради и т.п), образовательные технологии.**

Форма подачи материала на лекции – традиционная (репродуктивное обучение)

Форма подачи материала на семинарском занятии – традиционная (подготовка сообщений на заданные темы обучение), активные – представление эссе, презентаций, выполнение творческих заданий.

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. В ходе освоения курса предполагается написание, 2 докладов, 1 проекта по тематическим разделам курса.

*Тематический график СРС*

<b>№ п/п</b>	<b>Темы дисциплины</b>	<b>Форма самостоятельной работы</b>	<b>Трудоем кость в часах</b>
1.	Введение. Предмет и задачи курса.	Работа с учебно-методической и научной литературой. Определить место менеджмента в сфере народной художественной культуры в системе управленческих наук.	7
2.	Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.	Разработать схему «Виды менеджмент». Дать определение каждому виду.	7
3.	Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.	Разработать таблицы «Коммерческий и некоммерческий маркетинг в сфере культур» Проиллюстрировать каждый вид конкретными примерами.	7
4.	Реклама и технологии ПР.	Составить план ПР-кампании этнокультурного мероприятия (на выбор)	8
5.	Управление персоналом	Создайте таблицу стилей руководства.	8
6.	Менеджмент в народной художественной культуре и народном искусстве. Типы и условия реализации.	Сформулируйте требования к менеджеру в сфере народной художественной культуры.	8
7.	Методология менеджмента в сфере народной художественной культуры	Перечислите необходимые методы управления в учреждениях этнокультурного профиля. Обоснуйте свой выбор.	8
8.	Организационная структура управления коллективом народного художественного творчества	Выстройте организационная структура управления коллективом народного художественного творчества на примере конкретного коллектива по вашему выбору	4
9.	Современные информационные технологии и менеджмент в сфере народной художественной культуры	Составьте план работы информационно-аналитических, информационно-маркетинговых, рекламных, информационно-издательских и подобных служб (на выбор) по информационному обеспечению этнокультурных программ и проектов, помощи в их продвижении.	4
10.	Особенности менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры	Перечислите особенности менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры	4
11.	Культура менеджмента и система управления персоналом в сфере народной художественной	Составить мини-энциклопедию приемов управления персоналом этнокультурного профиля	4

	культуры		
12.	Учёт, отчётность и контроль в сфере народной художественной культуры и народного искусства	Составить справочник электронных документов, регламентирующих учёт, отчётность и контроль эффективности труда менеджеров и специалистов в сфере народной художественной культуры и народного искусства	4
13.	Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR.	Разработайте план рекламной кампании мероприятия этнокультурной направленности (на выбор)	4
14.	Источники финансирования деятельности в сфере культуры	Разработайте план финансово-хозяйственной деятельности учреждения культуры.	3

В процессе изучения дисциплины используются традиционные и интерактивные образовательные технологии: лекция-информация; проблемная лекция; лекция-визуализация; лекция-конференция, спецсеминар; семинар исследовательского типа; семинар-беседа; семинар-дискуссия; игровые технологии НХТ, проектные технологии, презентация и проектная деятельность с использованием мультимедиа.

**7. . Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Формы проведения текущего контроля – доклад, проект

Форма проведения рубежного контроля – тест.

Форма проведения промежуточной аттестации – зачет, экзамен.

Текущий контроль выполнения заданий осуществляется регулярно, начиная со второй недели семестра. Контроль и оценивание выполнения проекта осуществляется на 13 неделе семестра. Текущий контроль освоения отдельных разделов дисциплины осуществляется при помощи докладов в завершении изучения каждого раздела. Система текущего контроля успеваемости служит в дальнейшем наиболее качественному и объективному оцениванию в ходе промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. См. «Фонд оценочных средств».

### Вопросы для подготовки к рубежным контролям

Раздел	Тема
Общая характеристика менеджмента. Виды менеджмента.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Менеджмент в сфере культуры.</li> <li>2. Эффективность управления в области культуры.</li> <li>3. Современные технологии менеджмента в сфере культуры</li> </ol>
Маркетинг. Особенности маркетинга в сфере культуры.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Современные технологии маркетинга в сфере культуры.</li> <li>2. Отличительные особенности маркетинга в сфере культуры</li> </ol>
Реклама и технологии ПР.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вставка изделий декоративно-прикладного творчества как бренд: эффективные приемы и принципы продвижения.</li> <li>2. Реклама, PR и взаимодействие со СМИ как средство привлечения дополнительного внимания и средств.</li> <li>3. PR-технологии в сфере народной художественной культуры.</li> <li>4. Работа со СМИ в сфере народной художественной культуры .</li> </ol>
Управление персоналом	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Персонал как объект управления</li> <li>2. Маркетинг персонала.</li> <li>3. Управление профессиональным ростом руководителей и специалистов.</li> <li>4. Управление трудовой мотивацией.</li> <li>5. Управление развитием персонала.</li> <li>6. Управление социальным развитием</li> </ol>
Организационная структура управления деятельностью коллективом народного художественного творчества	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности организации различных мероприятий (концертов, фестивалей, выставок, ярмарок, конкурсов, лотерей). По выбору студента.</li> <li>2. Организация деятельности этнокультурных центров.</li> </ol>
Учёт, отчётность и контроль в сфере народной художественной культуры и народного искусства	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Государственное (муниципальное) задание для учреждений культуры: расчет стоимости услуг.</li> </ol>
Коммуникации в сфере народной художественной культуры и народного искусства. PR.	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Маркетинговые коммуникации в сфере народной художественной культуры (PR, FR технологии).</li> <li>3. Связь с общественностью: концепция и технологии.</li> <li>4. Брендинг в сфере народной художественной культуры.</li> </ol>
Источники финансирования деятельности в сфере культуры	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дополнительное финансирование: организация платных услуг, спонсорство, гранты.</li> <li>2. Разработка и оптимизация плана финансово-хозяйственной деятельности учреждения культуры.</li> <li>3. Фандрейзинг в сфере культуры.</li> <li>4. Технология спонсоринга в сфере культуры.</li> </ol>

### Перечень вопросов к зачету/экзамену

1. Основное содержание курса, цели, задачи.

2. Роль менеджмента и маркетинга в управлении, планировании, развитии учреждений культуры. Особенности менеджмента и маркетинга в сфере культуры.
3. Трактовки понятия «Менеджмент» в научной литературе. Функции менеджмента. Цели менеджмента.
4. Характеристики современного менеджмента. Маркетинг и инновация. Технологии управления.
5. Инновационный менеджмент, понятие инновации. Комплексный анализ деятельности как основа инновационных разработок. Управление инновациями.
6. Стратегический менеджмент. Понятие стратегии управления.
7. Понятие планирования. Программный метод управления. Бизнес-план.
8. Финансовый менеджмент.
9. Технология фандрейзинга, ее организационное, информационное и техническое обеспечение. Планирование фандрейзинговых компаний.
10. Информационный менеджмент.
11. Понятие и сущность маркетинга. Маркетинг и культура.
12. Принципы сегментирования рынка. Виды маркетинга по возможности охвата рынка.
13. Методы продвижения этнокультурных услуг на потребительском рынке.
14. Понятие ценообразования и ценовой политики. Виды цен.
15. Коммерческий и некоммерческий маркетинг. Социальный маркетинг.
16. Понятие рекламы. Виды рекламы по целям, источникам финансирования. Функции рекламы.
17. Рекламные средства, носители и факторы рекламы.
18. Принципы и правила проведения рекламной кампании (план мероприятий, адресность, дизайн, ритмы, фактическая основа, языковой стиль).
19. Опыт рекламной деятельности в российской сфере культуры.
20. Планирование и проведение PR- кампаний.
21. Социально-психологические аспекты менеджмента.
22. Системы стимулирования и мотивации труда.
23. Принципы работы кадровой службы, требования к расстановке кадров. Оценка эффективности работы и аттестация.
24. Управление сопротивлением.
25. Лидерство и стили руководства. Управленческие решения.
26. Понятие корпоративной культуры, имиджа. Методы поддержания корпоративной культуры.
27. Особенности менеджмента в народной художественной культуре и народном искусстве.
28. Пути развития народной художественной культуры в русле решения управленческих проблем.
29. Подготовка менеджеров в сфере народной художественной культуры. Условия работы и основные требования к менеджеру в сфере народной художественной культуры.
30. Общие принципы менеджмента в преломлении к сфере народной художественной культуры.
31. Формирование целей или целеполагание. Общие и специфические цели. Краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные цели.
32. Миссия организации. Стратегия и тактика организации. Прогнозирование как основа определения цели и стратегии ее достижения организацией.
33. Задачи менеджмента. Типологизация задач по характеру их влияния на деятельность организации.
34. Определение функции менеджмента. Общие, специальные и вспомогательные функции, их характеристики.

35. Методы менеджмента. Особенности выбора методов управления в учреждениях этнокультурного профиля.
36. Организационно-управленческие основы работы коллектива народного художественного творчества.
37. Планирование и учет работы коллектива народного художественного творчества. Примерная структура плана работ коллектива народного художественного творчества.
38. Система информационного обеспечения в сфере народной художественной культуры. Задачи и функции системы информационного обеспечения в управлении сферой народной художественной культуры.
39. Деятельность информационно-аналитических, информационно-маркетинговых, рекламных, информационно-издательских и подобных служб по информационному обеспечению и продвижению этнокультурных программ и проектов.
40. Специфика менеджмента в сфере народной художественной культуры. Особенности «продуктов» деятельности.
41. Характеристика основных видов маркетинга в сфере народной художественной культуры: коммерческий, социальный, некоммерческий (нонпрофитный).
42. Современные концепции и подходы к управлению персоналом в сфере культуры. Наиболее эффективные методы управления в сфере народной художественной культуры с учетом законов рынка. Новые требования к персоналу в связи с внедрением рыночных отношений. Специфика формирования механизма мотивации работников этнокультурной сферы к повышению эффективности труда. Важность учета не только экономической, но и социальной эффективности управления персоналом в этнокультурной сфере.
43. Учет деятельности учреждения культуры. Роль и значение учета и отчетности. Виды учета и отчетности. Требования к их организации. Текущий учет. Статистический учет и отчетность. Творческий отчет.
44. Ресурсы PR-технологий и их использование в сфере народного художественного творчества.
45. Основные этапы разработки PR-проектов. Технология проектирования PR и рекламной кампании учреждения культурно-досуговой сферы.
46. Типы экономики культуры в зависимости от механизма ее финансирования.
47. Механизмы финансирования.
48. Технология фандрейзинга.

**7. *Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины.***

### Основная литература:

1. **Чарная, И. В.** Введение в экономику культуры : учеб. пособие / И. В. Чарная ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2006. - 126 с. - Прил.: с.120-126. - Библиогр.: с.117-119. - ISBN 5-94778-141-7 : 46-20-.
2. **Суслова, И. М.** Формирование маркетинговых коммуникаций в учреждениях культуры : учеб. пособие / И. М. Суслова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2006. - 79 с. - Библиогр.: с. 79. - 25-.
3. **Тульчинский, Г. Л.** Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова ; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. - Изд. 3-е ; стереотип. - СПб.; М.; Краснодар : Планета музыки: Лань, 2007. - 527 с. : схем.,табл. - Библиогр.: с.524-525. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : 250-03-.
4. **Чарная, И. В.** Введение в экономику культуры : учеб. пособие / И. В. Чарная ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - [Изд. 2-е, перераб. и доп.]. - М. : МГУКИ, 2010. - 185 с. - Прил.: с. 131-195. - Библиогр.: с. 127-130. - ISBN 978-5-94778-220-2 : 64-50 ; 80-.
5. **Ковригина, В. М.** Экономика и менеджмент : учебник / В. М. Ковригина ; Федер. агентство по образованию; Высш. шк. нар. искусств (ин-т); под науч. ред. В. Ф. Максимович. - М. : Высшая школа народного искусства, 2010. - 357 с. : табл. - Прил.: с. 346-352. - Библиогр.: с. 353-357. - 658-35.
6. **Чарная, И. В.** Экономика культуры [Текст] : учеб.-метод. пособие для самостоят. работы студентов заоч. отд-ния по направлению подгот. 080100 "Экономика" : профиль "Экономика предприятий и организаций" : квалификация выпускника - бакалавр экономики / И. В. Чарная ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2014. - 85 с. - Прил.: с. 49-85. - Библиогр. : с. 43-48. - 60-.
7. **Чарная, И. В.** Экономика культуры [Текст] : учеб. пособие / И. В. Чарная ; Моск. гос. ин-т культуры. - М. : МГИК, 2015. - 211 с. - Библиогр.: с. 209-211. - 534-.
8. **Чарная, И. В.** Экономика культуры. Приложения к учебному пособию [Текст] / И. В. Чарная ; Моск. гос. ин-т культуры. - М. : МГИК, 2015. - 70 с. - 181-.
9. **Тульчинский, Г. Л.** Маркетинг в сфере культуры [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Григорий Львович, Екатерина Леонидовна ; Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова; Санкт-Петербургский филиал Гос. ун-та - Высшая школа экономики. - Москва : Планета музыки, 2009. - 496 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - ISBN 978-5-8114-0955-6 : 474.10 р.
10. **Тульчинский, Григорий Львович.** Менеджмент в сфере культуры [Текст] [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Тульчинский Григорий Львович, Шекова Екатерина Леонидовна ; Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - Москва : Планета музыки, 2013. - 544 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Рекомендовано Министерством общего и профессионального образования Российской Федерации в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Культурология». - Библиогр. : с. 536-539. - Рек. М-вом образования РФ. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : 406.01.
11. **Шекова, Е. Л.** Управление учреждениями культуры в современных условиях [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / Е. Л. Шекова ; Шекова Е.Л. - Москва : ""Лань"", ""Планета музыки""", 2014. - ISBN 978-5-8114-1426-0.

### Дополнительная литература:

1. **Новаторов, В. Е.** Маркетинг в социально-культурной сфере / В. Е. Новаторов. - Омск : Омич, 2000. - 288 с. - ISBN 7196-1113-4 : 70-.
2. **Токарев, Б. Е.** Методы сбора и использования маркетинговой информации : учеб.

1. **Новаторов, В. Е.** Маркетинг в социально-культурной сфере / В. Е. Новаторов. - Омск : Омич, 2000. - 288 с. - ISBN 7196-1113-4 : 70-.  
пособие / Б. Е. Токарев ; АНХ при правительстве РФ. - М. : Юристъ, 2001. - 254 с. - (Practica). - ISBN 5-7975-0372-7 : 38-68-.
3. **Новаторов, В. Е.** Маркетинговые исследования в сфере культуры / В. Е. Новаторов. - [Омск], 2005. - 255 с. - ISBN 7196-1113-4 : 237-.
4. **Тульчинский, Г. Л.** Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова ; С.-петерб. гос. ун-т культуры и искусств. - 2-е изд. ; испр. и доп. - СПб. : Лань, 2003. - 527 с. - Библиогр.: с. 504-509. - ISBN 5-8114-0517-0: 215-.
5. **Луховская, О. К.** Стратегический маркетинг: теория и региональная практика в социально-культурной сфере и туризме : учеб.-метод. пособие / О. К. Луховская ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: МГУКИ, 2006. - 188с. - Библиогр.: с.187-188. - ISBN 5-94778-151-4: 60-.

#### **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к дискуссии, аналитический обзор новой литературы по изучаемой теме, подготовка к докладу, подготовка к дискуссии, разработку проекта.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы конспектирование изучаемой литературы. При выполнении заданий для самостоятельной работы по возможности следует использовать наглядное представление материала.

**9.Перечень информационных технологий**, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные образовательные технологии:

-аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;

-предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

-фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;

-формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.



При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, Power Point;  
Adobe Photoshop;  
Adobe Premiere;  
Power DVD;  
Media Player Classic.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система eLibrary.

#### *Интернет-ресурсы*

<http://www.mavriz.ru> Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»;  
<http://www.4p.ru> 4pМаркетинг - материалы по маркетингу, брэндингу, продвижению, рекламе и мерчендайзингу. Готовые бесплатные исследования. Работа.  
<http://e-management.newmail.ru/> E-Management: публикации по экономике, менеджменту и маркетингу  
<http://www.cfin.ru/marketing/> Маркетинг - Теория и практика финансового анализа, инвестиции, менеджмент, финансы. Антикризисное пособие. Архивы журнала "Аудит и финансовый анализ". Бизнес-планы реальных предприятий. Программы инвестиционного анализа и управления проектами. Маркетинг и реклама.  
<http://www.marketing.spb.ru/> I. Marketing все о маркетинге. Статьи, книги, библиография, исследования, конференции, форумы.  
<http://www.reklamist.com/> "Энциклопедия Рекламных Знаний" Все о рекламе и полиграфии. Теоретический материал по рекламе. Технологическая информация по полиграфии.  
<http://www.advert.ru> Новости рекламного мира и СМИ, нормативные документы, комментарии к ним, расценки на размещение рекламы в центральной и региональной прессе, на радио и ТВ  
<http://www.rupr.ru/> РУПР. РУ - Новости медиа-бизнеса и все что связано с медиа.

#### **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

*Используется аудитория, оснащенная ноутбуком, проекционным экраном.*

#### **11. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (при наличии)**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;

- акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Документ составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВО с по направлению и профилю подготовки: Народная художественная культура. Руководство этнокультурным центром.

Составитель: доктор педагогических наук, профессор Е.Ю Стрельцова.

Программа одобрена на заседании кафедры культурного наследия от \_\_\_\_ 202\_ года, протокол №\_.