Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 21.10.2026 19:45:15
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО
Председатель УМС
Хореографического факультета
Буцан А.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГО ИСКУССТВА

Направление подготовки (код, наименование) 52.04.01 Хореографическое искусство
Профиль подготовки: Методология и технология хореографического образования

Степень выпускника: магистр
Форма обучения: очная, заочная

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- сформирование у будущих магистров знания в области маркетинга, формирование представлений об особенностях маркетинговой деятельности в сфере хореографического искусства;

- изучение основного инструментария маркетинга в сфере хореографического искусства и образования;
- формирование навыков его эффективного использования;
- развитие маркетингового мышления, способности к анализу маркетинговых аспектов деятельности учреждений культуры и искусства и ее совершенствования с помощью средств маркетинга.

Задачи:

- изучение основ экономических и правовых знаний в пределах профессиональной компетенции руководителя в области хореографического искусства;
- изучение технологий процесса управления;
- изучение основ финансового обеспечения жизнедеятельности учреждений культуры и искусства.

- изучить основные документации, касающаяся деятельности организации (учреждения) хореографического профиля;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг хореографического искусства» реализуется в рамках базовой части Б1 учебного плана направления подготовки 52.04.01 Хореографическое искусство профиль подготовки «Методология и технология хореографического образования».

Дисциплина «Маркетинг хореографического искусства» изучается во 2 семестре. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин, как: Современные проблемы науки и искусства, Методология научного исследования. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков. Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ООП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций *УК-1, УК-2, ОПК-2, ПК-2* в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности) 52.04.01 Хореографическое искусство профиль подготовки «Методология и технология хореографического образования».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

Компетенция (код и наименование)	**Индикаторы компетенций**	**Результаты обучения**
УК-2. Способен управлять проектом на всех	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность	**Знать:** методологию и методику проектного менеджмента.

этапах его жизненного цикла	взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач. УК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время. УК-2.4. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта	принципы формирования концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; **Уметь:** разрабатывать и реализовывать проект полного цикла. разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; уметь видеть образ результата деятельности и планировать последовательность шагов для достижения данного результата. **Владеть:** технологией разработки и реализации проектов. навыками составления плана-графика реализации проекта в целом и плана-контроля его выполнения; навыками конструктивного преодоления возникающих разногласий и конфликтов.
УК – 6 Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6.1. Определяет цели, задачи и методы реализации собственной программы профессионального роста. УК-6.2. Осуществляет поиск и анализ профессионально-значимой информации для формирования суждений по актуальным проблемам профессиональной деятельности в избранной области. УК-6.3. Контролирует и анализирует все сферы деятельности профессионального роста (теоретические работы, практическая и исполнительская деятельность).	Знать: теорию самоменеджмента и здоровьесберегающих технологий. Уметь: организовывать собственную жизнедеятельность на основе здоровьесберегающих технологий. Владеть: технологиями самоорганизации и здоровьесбережения.
ПК-5. Готов к осуществлению деятельности по управлению и	ПК-5.1 Формирует систему подготовки и развития участников	Знать: специфику формирования системы подготовки в организациях исполнительских искусств Уметь:

руководству в сфере хореографического образования.	хореографического коллектива ПК-5.2 Формирует репертуарную политику хореографического коллектива ПК-5.3 Осуществляет руководство художественно-творческими процессами в хореографическом коллективе	создавать программы развития хореографического коллектива, оценивать результаты художественной деятельности Владеть: основами организации руководства художественно-творческой деятельностью коллектива с учетом особенностей его состава, репертуарной политики и социокультурной среды

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Маркетинг хореографического искусства» составляет 2 зе, 72 акад. Часов, из них СРС 11 акад.ч., контроль 27, семинар 14 лекции 20, формы контроля: экзамен во 2 семестре.

4.1.2 Объем дисциплины (модуля) для заочной формы обучения

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Маркетинг хореографического искусства» составляет 3 зе, 108 акад. часов, из них СРС 91, семинар 2, лекции 6, формы контроля: экзамен в 3 семестре.

4.2.1 Структура дисциплины для очной формы обучения.

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах					Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)* Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
		Лекции	Практические	Семинар	СРС	Контроль	
Семестр 2							
1	Введение. Сущность и функции современного маркетинга и маркетинговой деятельности.	4		2		9	Тестирование
2	Маркетинг культуры и искусства: функции и особенности	4		2	5		Тестирование
3	Особенности маркетинга в сфере хореографического искусства	4		2		9	Тестирование
4	Маркетинговая среда сферы культуры и искусства. Элементы	4		4		9	Тестирование

	комплекса маркетинга услуг сферы культуры и искусства						
5	Методика проектирования стратегии повышения эффективности маркетинговой деятельности хореографического коллектива	4		4	6		Тестирование
	Экзамен(2 з.е.)						Реферат
	Итого за семестр:	***20***		***14***	***11***	***27***	***экзамен***

4.2.2 Структура дисциплины для заочной формы обучения.

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах					Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)* Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
		Лекции	Практические	Консультации	СРС	Контроль	
Семестр 3							
1	Введение. Сущность и функции современного маркетинга и маркетинговой деятельности.	2			12		Тестирование
2	Маркетинг культуры и искусства: функции и особенности				12		Тестирование
3	Особенности маркетинга в сфере хореографического искусства	2			12		Тестирование
4	Маркетинговая среда сферы культуры и искусства. Элементы комплекса маркетинга услуг сферы культуры и искусства				12		Тестирование
5	Методика проектирования стратегии повышения эффективности маркетинговой деятельности хореографического коллектива	2			16		Тестирование
	Экзамен (2 з.е.)						Реферат
	Итого за семестр:	***6***			***64***	***2***	***Экзамен***

4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)[1]

Тема 1. Введение. Сущность и функции современного маркетинга и маркетинговой деятельности.
Сущность науки, искусства и профессии маркетинга. Концепции и этапы эволюции маркетинга. Комплекс маркетинга. Основные функции и подфункции современного маркетинга. Принципы маркетинговой деятельности.

Тема 2. Маркетинг культуры искусства: функции и особенности.
Сущность маркетинга в сфере культуры и искусства. Классификация услуг культуры и искусства. Характеристика рынка услуг культуры и искусства в РФ. Нормативно-правовая база реализации услуг культуры и искусства в РФ.

Тема 3. Особенности маркетинга в сфере хореографического искусства.
Классификация видов услуг учреждений сферы культуры. Региональные и демографические аспекты маркетинга в сфере хореографического искусства.

Тема 4. Маркетинговая среда сферы культуры и искусства. Элементы комплекса маркетинга услуг сферы культуры и искусства.
Субъекты маркетинговых отношений на рынке услуг хореографического искусства. Целевой рынок и целевой сегмент культуры и искусства. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг и стимулирование сбыта в системе маркетинговой деятельности учреждения культуры и искусства

Тема 5. Методика проектирования стратегии повышения эффективности маркетинговой деятельности хореографического коллектива.
Разработка миссии и маркетинговой стратегии хореографического коллектива. Система маркетингового планирования, методы контроля за выполнением плана. Прогнозирование будущего спроса, способы осуществления прогноза будущего спроса. Критерии оценки эффективности сегментирования. Разработка маркетингового комплекса учреждения сферы хореографического искусства.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ[2]

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Введение. Сущность и функции современного маркетинга и маркетинговой деятельности.	Лекция Самостоятельная работа	Лекция с применением интерактивных форм, видео-технологий; Консультирование по профессиональным вопросам,

[1] Содержание разделов *(модуля)* должно состоять из подразделов и отдельных тем с той степенью подробности, которая, по мнению автора, оптимально способствуют достижению цели и реализации поставленных задач.
Содержание разделов *(модуля)* может быть представлено в текстовой или в табличной форме

[2] В разделе указываются образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебных занятий для наиболее эффективного освоения дисциплины. При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин *(модулей)* в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

			метод построения перспективы профессионального развития
2	Маркетинг культуры искусства: функции и особенности	Лекция Самостоятельная работа	Лекция с применением интерактивных форм. Консультирование по профессиональным вопросам, метод построения перспективы профессионального развития
3	Особенности маркетинга в сфере хореографического искусства	Лекция Самостоятельная работа	Лекция с применением интерактивных форм. Консультирование по профессиональным вопросам, метод построения перспективы профессионального развития
4	Маркетинговая среда сферы культуры и искусства. Элементы комплекса маркетинга услуг сферы культуры и искусства.	Лекция Самостоятельная работа	Лекция с применением интерактивных форм. Консультирование по профессиональным вопросам, метод построения перспективы профессионального развития
5	Методика проектирования стратегии повышения эффективности маркетинговой деятельности хореографического коллектива	Лекция Самостоятельная работа	Лекция с применением интерактивных форм. Консультирование по профессиональным вопросам, метод построения перспективы профессионального развития

Основная цель образовательных технологий - формирование компетенций обучающихся с помощью традиционных и инновационных подходов к процессу обучения (деловые игры, круглые столы, компьютерное тестирование, компьютерное моделирование и др.)

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Курс «Маркетинг хореографического искусства» складывается из теоретических занятий, отсюда и проверка знаний студентов осуществляется на основе написания ими контрольной работы. В ней излагаются вопросы теории и практики управления какой-либо организацией (хореографическим коллективом, театром танца, хореографическим отделом, кафедрой хореографии и т.п.), Основные функции и подфункции современного маркетинга. Принципы маркетинговой деятельности.

Промежуточная аттестация по дисциплине: «Маркетинг хореографического искусства»

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена

Требования к контрольной работе:
Контрольная работа должна иметь чёткую структуру (введение, основная часть, заключение, список используемой литературы). Все поднимаемые вопросы должны быть чётко и грамотно изложены, тезисы аргументированы и подкреплены примерами.

6.1. Система оценивания[3]

Форма контроля	**Компетенция/ индикатор компетенции**	**Оценка**
Текущий контроль: *- тестирование*	*ПК-5*	*отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно*
Промежуточная аттестация *- контрольная работа*	*УК-2, УК-6*	*отлично* *хорошо* *удовлетворительно* *неудовлетворительно*

6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине[4]

Оценка по дисциплине	**Критерии оценки результатов обучения по дисциплине**
«отлично»	Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.

[3] Система оценивания выстраивается в соответствии с учебным планом, где определены формы промежуточной аттестации (зачёт/зачёт с оценкой/экзамен), и структурой дисциплины, где определены формы текущего контроля. Указывается оценка по формам текущего контроля и промежуточной аттестации.
[4] Могут уточняться и дополняться в соответствии со спецификой дисциплины, установленных форм контроля, применяемых технологий обучения и оценивания.

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.
«хорошо»	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу, излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».
«удовлетворительно»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».
«неудовлетворительно»	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится на основании оценочных средств, представленных в отдельном разработанном документе. Диагностика методом опроса проводится по следующим темам дисциплины:

Тема 1. Введение. Сущность и функции современного маркетинга и маркетинговой деятельности.
Тема 2. Маркетинг культуры искусства: функции и особенности.
Тема 3. Особенности маркетинга в сфере хореографического искусства.
Тема 4. Маркетинговая среда сферы культуры и искусства. Элементы комплекса маркетинга услуг сферы культуры и искусства.
Тема 5. Методика проектирования стратегии повышения эффективности маркетинговой деятельности хореографического коллектива.

Типовые тестовые задания

Типовые тестовые задания содержат профессиональные вопросы по дисциплине из следующих совокупностей:

1. Анализ современного состояния рынка услуг в сфере культуры и искусства в РФ.
2. Тенденции развития культуры и искусства за рубежом.
3. Сущность и особенности маркетинга услуг в сфере хореографического искусства.
4. Основные понятия маркетинга услуг учреждений культуры и искусства.
5. Миссия, цели и задачи учреждения культуры и искусства.
6. Ресурсы и характер учреждения культуры и искусства, стадии жизненного цикла и потенциальные возможности для адаптации.
7. Оценка состояния и прогноз развития рынка услуг в сфере хореографического искусства.
8. Социокультурные факторы поведения потребителей на рынке услуг в сфере культуры и искусства.
9. Формирование маркетинговых стратегий учреждения культуры и искусства.
10. Маркетинговые исследования рынка услуг в сфере хореографического искусства. Сегментирование рынка.
11. Преимущества целевого маркетинга. Варианты потребительских предпочтений в сфере хореографического искусства.
12. Реклама услуг в сфере культуры и искусства. Методы и способы продвижения услуг учреждения хореографического искусства.
13. Маркетинговые стратегии в предоставлении услуг в сфере хореографического искусства.

Примерные темы контрольных работ

1. Сущность маркетинга как науки и искусства управления.
2. Тенденции развития культуры и искусства за рубежом.
3. Сущность и особенности маркетинга услуг в сфере хореографического искусства.
4. Основные понятия маркетинга услуг учреждений культуры и искусства.
5. Миссия, цели и задачи учреждения культуры и искусства.
6. Ресурсы и характер учреждения культуры и искусства, стадии жизненного цикла и потенциальные возможности для адаптации.
7. Оценка состояния и прогноз развития рынка услуг в сфере хореографического искусства.
8. Социокультурные факторы поведения потребителей на рынке услуг в сфере культуры и искусства.
9. Формирование маркетинговых стратегий учреждения культуры и искусства.
10. Маркетинговые исследования рынка услуг в сфере хореографического искусства. Сегментирование рынка.
11. Преимущества целевого маркетинга. Варианты потребительских предпочтений в сфере хореографического искусства.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Список литературы и источников

Обязательная литература:

1) Менеджмент и маркетинг в сфере культуры: практикум : учебное пособие / Е. Л. Шекова [и др.] ; под ред. Е. Л. Шековой. - Санкт-Петербург : Планета музыки : Лань, 2012 - 160 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 154 - ISBN 978-5-8114- 1383-6 (Лань). - ISBN 978-5-91938-068-9 (Планета музыки)

2) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие для вузов по специальности "Маркетинг" / [Н. А. Нагапетьянц и др.] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М : Вузовский учебник, 2014 - 282 с. : табл. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 277 - Словарь: с. 271-276. - ISBN 978-5-9558-0163-6 (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-16-004272-5 (ИНФРА-М)

3) Маркетинг в сфере культуры: Учебное пособие. —СПб.: Издательство ≪Лань≫; Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ≫, 2009. — 496 с: ил. — (Учебники для вузов. Специальная литература). SBN 978-5-8114-0955-6

Дополнительная литература:

1) Тоцкая, Наталья Геннадьевна Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : программа дисциплины для специальности "Реклама" / авт.-сост. Н. Г. Тоцкая ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т Рекламы и Связи с Общественностью, Каф. экономики и маркетинга. - Новосибирск : Новосиб. ин-т рекламы и связи с общественностью, 2007 - 15 с. : табл. - Библиогр.: с. 14-15. - Авт. указ. на обороте тит. л.

2) Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. - Саратов : Корпорация «Диполь», 2013 - 199 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/16475 (дата обращения: 31.10.2019) . - Доступна эл. версия. ЭБС "IPRbooks"

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- Библиографические записи электронных ресурсов составляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

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

Доступ в ЭБС:

- ЭБС Ю-райт
- ЭБС ЛАНЬ
- ЭБС IPR Smart
- ЭБС РУКОНТ
- ЭБС Университетская библиотека

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)[5]

8.1. Планы семинарских/ практических занятий[6]

Тема 1 (2 ч.) Введение. Сущность и функции современного маркетинга и маркетинговой деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие маркетинга в хореографическом образовании
2. Специфика маркетинга в творческих коллективах
3. Основные этапы развития маркетинга в хореографии

Список литературы:

Менеджмент и маркетинг в сфере культуры: практикум. учебное пособие / Е. Л. Шекова [и др.]; под ред. Е. Л. Шековой. - Санкт-Петербург: Планета музыки: Лань, 2012 - 160 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 154 - ISBN 978-5-8114-1383-6 (Лань). - ISBN 978-5-91938-068-9 (Планета музыки)

Тема 2. Маркетинг культуры искусства: функции и особенности.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность маркетинга в сфере культуры и искусства.
2. Классификация услуг культуры и искусства.
3. Характеристика рынка услуг культуры и искусства в РФ.
4. Нормативно-правовая база реализации услуг культуры и искусства в РФ.

Список литературы:

1. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры: практикум: учебное пособие / Е. Л. Шекова [и др.] ; под ред. Е. Л. Шековой. - Санкт-Петербург: Планета музыки: Лань, 2012 - 160 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 154 - ISBN 978-5-8114-1383- 6 (Лань). - ISBN 978-5-91938-068-9 (Планета музыки)

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие для вузов по специальности "Маркетинг" / [Н. А. Нагапетьянц и др.]; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М: Вузовский учебник, 2014 - 282 с.: табл. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 277 - Словарь: с. 271-276. - ISBN 978-5-9558-0163-6 (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-16-004272-5 (ИНФРА-М)

Тема 3. Особенности маркетинга в сфере хореографического искусства.

1. Классификация видов услуг учреждений сферы культуры.
2. Региональные и демографические аспекты маркетинга в сфере хореографического искусства.

Список литературы:

1. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры: практикум: учебное пособие / Е. Л. Шекова [и др.] ; под ред. Е. Л. Шековой. - Санкт-Петербург: Планета музыки: Лань, 2012 - 160 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 154 - ISBN 978-5-8114-1383- 6 (Лань). - ISBN 978-5-91938-068-9 (Планета музыки)

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие для вузов по

---

[5] Методические материалы по дисциплине могут входить в состав рабочей программы, либо разрабатываться отдельным документом.

[6] План занятий строится в соответствии со структурой дисциплины (п.4). Разделы плана включают: название темы, количество часов, форму проведения занятия, его содержание (вопросы для обсуждения, задания, контрольные вопросы, кейсы и т.п.), список литературы (необходимое извлечение из п.7 Список литературы). При необходимости, планы практических занятий могут содержать указания по выполнению заданий и требования к материально-техническому обеспечению занятия.

специальности "Маркетинг" / [Н. А. Нагапетьянц и др.]; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М: Вузовский учебник, 2014 - 282 с.: табл. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 277 - Словарь: с. 271-276. - ISBN 978-5-9558-0163-6 (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-16-004272-5 (ИНФРА-М)

Тема 4. Маркетинговая среда сферы культуры и искусства. Элементы комплекса маркетинга услуг сферы культуры и искусства.

1. Субъекты маркетинговых отношений на рынке услуг хореографического искусства.
2. Целевой рынок и целевой сегмент культуры и искусства.
3. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг и стимулирование сбыта в системе маркетинговой деятельности учреждения культуры и искусства

Список литературы:

1. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры: практикум: учебное пособие / Е. Л. Шекова [и др.] ; под ред. Е. Л. Шековой. - Санкт-Петербург: Планета музыки: Лань, 2012 - 160 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 154 - ISBN 978-5-8114-1383- 6 (Лань). - ISBN 978-5-91938-068-9 (Планета музыки)

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие для вузов по специальности "Маркетинг" / [Н. А. Нагапетьянц и др.]; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М: Вузовский учебник, 2014 - 282 с.: табл. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 277 - Словарь: с. 271-276. - ISBN 978-5-9558-0163-6 (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-16-004272-5 (ИНФРА-М)

Тема 5. Методика проектирования стратегии повышения эффективности маркетинговой деятельности хореографического коллектива.

1. Разработка миссии и маркетинговой стратегии хореографического коллектива.
2. Система маркетингового планирования, методы контроля за выполнением плана.
3. Прогнозирование будущего спроса, способы осуществления прогноза будущего спроса.
4. Критерии оценки эффективности сегментирования.
5. Разработка маркетингового комплекса учреждения сферы хореографического искусства.

Список литературы:

1. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры : практикум : учебное пособие / Е. Л. Шекова [и др.] ; под ред. Е. Л. Шековой. - Санкт-Петербург : Планета музыки : Лань, 2012 - 160 с. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - Библиогр.: с. 154 - ISBN 978-5-8114- 1383-6 (Лань). - ISBN 978-5-91938-068-9 (Планета музыки)

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие для вузов по специальности "Маркетинг" / [Н. А. Нагапетьянц и др.] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М : Вузовский учебник, 2014 - 282 с. : табл. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 277 - Словарь: с. 271-276. - ISBN 978-5-9558-0163-6 (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-16-004272-5 (ИНФРА-М)

Материально-техническое обеспечение занятия:

8.2. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к практическому занятию, подготовка к дискуссии, презентации, подготовка доклада, конспектирование изучаемой литературы, аналитический обзор новой литературы по изучаемой теме, написание эссе и др.

Для более углубленного изучения материала задание для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий

для самостоятельной работы, по возможности, следует ориентироваться на наглядное представление материала.
- изучение литературы по темам курса;
- работа над текущими заданиями педагога в процессе изучения предмета;
- конспектирование лекций педагога, ведение самостоятельных записей при работе над литературой по изучаемым темам курса

8.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ (курсовых, контрольных, рефератов, конспектов и т.п.)[7]

Контрольная работа должна иметь чёткую структуру (введение, основная часть, заключение, список используемой литературы). Все поднимаемые вопросы должны быть чётко и грамотно изложены, тезисы аргументированы и подкреплены примерами.
Критериями оценки знаний в контрольной работе являются:
- знание излагаемого материала;
- владение управленческими вопросами (терминологией);
- умение изложить план-программу развития организации (учреждения, коллектива) хореографического профиля.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные 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 используется 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.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

*(Указывается перечень учебных аудиторий для проведения лекций; **аудиторий для самостоятельной работы обучающихся**, оснащенных персональными компьютерами, имеющими выход в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», принтерами, сканерами; специализированных лабораторий и классов, основные измерительные установки*

---

[7] В раздел включаются требования к подготовке, содержанию, и оформлению письменных работ, предусмотренных учебным планом или рабочей программой (курсовая работа, эссе, реферат, доклад и т.п.). При наличии кафедральных или факультетских рекомендаций по подготовке письменных работ раздел включается в РПД по усмотрению преподавателя - составителя. Если письменная работа не предусмотрена, раздел не включается.

и оборудование, стенды, наглядные пособия, технические средства обучения и пр. в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО)

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.

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.

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;

Приложение 1

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ В ХОРЕОГРАФИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

Направление подготовки 52.04.01 Хореографическое искусство
Профиль подготовки: Методология и технология хореографического образования

Цели дисциплины *(модуля)*:
- сформирование у будущих магистров знания в области маркетинга, формирование представлений об особенностях маркетинговой деятельности в сфере хореографического искусства;
- изучение основного инструментария маркетинга в сфере хореографического искусства и образования;
- формирование навыков его эффективного использования;
- развитие маркетингового мышления, способности к анализу маркетинговых аспектов деятельности учреждений культуры и искусства и ее совершенствования с помощью средств маркетинга.

Задачи дисциплины *(модуля)*:
- изучение основ экономических и правовых знаний в пределах профессиональной компетенции руководителя в области хореографического искусства;
- изучение технологий процесса управления;
- изучение основ финансового обеспечения жизнедеятельности учреждений культуры и искусства.
- изучить основные документации, касающаяся деятельности организации (учреждения) хореографического профиля;

Дисциплина *(модуль)* направлена на формирование следующих компетенций:
- УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
- УК-6 Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)
- ПК-5.Готов к осуществлению деятельности по управлению и руководству в сфере хореографического образования.

В результате освоения дисциплины *(модуля)* обучающийся должен:

Знать - методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления, историческое становление понятийного аппарата и методологических принципов в науке;

Уметь - осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий, применять освоенные методологические приемы в профессиональной деятельности, собирать эмпирическую базу, формулировать теоретические положения и предлагать практические выводы в ходе научного исследования, руководить трудовым коллективом на основе норм профессиональной этики и социальной ответственности, осуществлять творческую деятельность в сфере искусства оперировать юридическими понятиями и категориями в сфере культуры, анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы

Владеть - методами системного и критического анализа, стратегического управления, навыками обработки эмпирических данных, навыками современных способов презентации результатов научной работы, социально-психологическими методами управления трудовым коллективом в сфере профессиональной и педагогической деятельности.

навыками работы с правовыми актами в сфере культуры.

По дисциплине *(модулю)* предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена.*

Общая трудоемкость освоения дисциплины *(модуля)* составляет 2 зачетные единицы.