

Документ подписан простой электронной подписью
Информация об электронной подписи:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 04.09.2026 19:03:01
Уникальный программный ключ:
b049feef759df6f58f67585b9bb2502ddf293921

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ»
КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГИИ

Утверждаю
Проректор по учебной работе,
профессор

_____ М.М.Ахмедагаев М.М.
«27» августа 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента социально-культурной деятельности

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Направление подготовки

51.03.03 Социально-культурная деятельность

Профиль подготовки:

Менеджмент социально-культурной деятельности

Форма обучения – очная/заочная

Срок обучения

очная форма - 4 года

заочная форма – 5 лет

Нальчик
2026

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются: формирование знаний, умений и навыков менеджмента социально-культурной деятельности как основы организации деятельности учреждений культуры.

Задачи дисциплины: формирование научного представления об управлении, определяющего профессионализм деятельности современного менеджера социально-культурной деятельности; формирование творческо-инновационных навыков в управлении социально-культурными системами; формирование навыков правильной организации мотивационных процессов труда; разработка и поддержание правильного психологического климата в коллективе учреждения культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Блок 1. Дисциплины (модули). Обязательная часть.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих профессиональных компетенций:

- Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности (ПК-4).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере; нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры; особенности организации планирования, учета и отчетности в учреждениях культуры, технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и осуществление менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности, руководство деятельностью учреждений культуры; менеджмента и маркетинга социально-культурной деятельности, рекреационных объектов и индустрии досуга; требования к организации; основы работы с персоналом учреждений культуры (ПК-4)

Уметь осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; проводить маркетинговые исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры (ПК-4)

Владеть современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры (ПК-4).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины, виды учебной деятельности и отчетности

Общая трудоемкость дисциплины (включая контактную работу) включает в себя аудиторную (учебную), самостоятельную работу, а также виды текущей и промежуточной аттестации.

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Количество академических часов	Формы контроля (по семестрам)	
			зачет	экзамен
Очная форма обучения				
Общая трудоемкость	6	216		2
Аудиторные занятия		70		
Самостоятельная работа*		146		
Заочная форма обучения				
Общая трудоемкость	6	216		2
Аудиторные занятия		20		
Самостоятельная работа*		196		

* В том числе экзамены: очная форма - 36 час.; заочная форма – 36 час.

4.2. Содержание дисциплины, формы текущего, промежуточного, итогового контроля

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Виды учебной работы (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации <i>(по семестрам)</i>
			Лекции	Семинарские занятия	СРС	
Очная форма обучения						
1	Культура, сфера культуры и менеджмент	1	2	1	7	
2	Эволюция менеджмента. Современный этап развития менеджмента	1	2	1	7	
3	Особенности менеджмента в сфере культуры	1	2	1	8	
4	Система механизмов менеджмента	1	2	1	8	
5	Государственно-правовое регулирование деятельности в сфере культуры	1	2	1	8	
6	Культура и рынок	1	2	1	8	
7	Планирование, проектирование и программирование в сфере культуры	1	4	2	8	
8	Маркетинг в сфере культуры	1	4	2	8	
9	Управление коммуникативными процессами	1	4	2	8	
Итого за 1 семестр			24	12	70	Тестирование
10	Фандрейзинг. Способы привлечения ресурсов в некоммерческую сферу	2	4	2	15	
11	Деловая культура организации	2	4	2	15	
12	Менеджер в сфере культуры	2	4	2	15	
13	Управление персоналом	2	4	2	15	
14	Менеджмент разных направлений социокультурной деятельности	2	6	4	16	
Итого за 2 семестр			22	12	76*	Экзамен
Всего по дисциплине – 216 ч.**			46	24	146	

* В том числе экзамены - 36 час.;

** в том числе контактная работа – 108 ч. – лекции, семинарские занятия, консультирование при подготовке реферата, экзамен.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Виды учебной работы (в часах)		Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	СРС	
1	Культура, сфера культуры и менеджмент	1	1	14	
2	Эволюция менеджмента. Современный этап развития менеджмента	1	1	14	
3	Особенности менеджмента в сфере культуры	1	1	14	
4	Система механизмов менеджмента	1	1	14	
5	Государственно-правовое регулирование деятельности в сфере культуры	1	1	14	
6	Культура и рынок	1	1	14	
7	Планирование, проектирование и программирование в сфере культуры	1	1	14	
8	Маркетинг в сфере культуры	1	1	14	
9	Управление коммуникативными процессами	1	2	14	
Итого за 1 семестр			10	126	Тестирование
10	Фандрейзинг. Способы привлечения ресурсов в некоммерческую сферу	2	2	14	
11	Деловая культура организации	2	2	14	
12	Менеджер в сфере культуры	2	2	14	
13	Управление персоналом	2	2	14	
14	Менеджмент разных направлений социокультурной деятельности	2	2	14	
Итого за 2 семестр			10	70*	Экзамен
Всего по дисциплине – 216 ч.**			20	196	

* В том числе экзамены - 36 час.;

** в том числе контактная работа – 44 ч. – лекции, семинарские занятия, консультирование при подготовке реферата, экзамен.

Содержание дисциплины

1. Культура, сфера культуры и менеджмент

Менеджмент как наука и искусство управления. Культура как объект управления. Опыт управления сферой культуры. Особенности менеджмента в сфере культуры. Сфера культуры как сфера услуг. Проблема единства механизмов менеджмента в сфере культуры. Общность проблем и интересов современного бизнеса и сферы культуры

2. Эволюция менеджмента. Современный этап развития менеджмента

Стадии и этапы развития менеджмента. Теоретическая эволюция менеджмента. Современный этап развития менеджмента

3. Особенности менеджмента в сфере культуры

Функциональные и методологические основы менеджмента. Организация в системе менеджмента культуры. Организации в сфере культуры. Особенности менеджмента в сфере культуры. Сфера культуры как сфера услуг. Зарубежные концепции менеджмента в сфере культуры. Опыт и итоги административных нововведений в сфере культуры России.

4. Система механизмов менеджмента

Понятия принципов менеджмента, целеполагания, функций, методов и механизмов. Необходимость технологического представления менеджмента. Административно-организационный механизм. Экономический механизм. Работа с персоналом. Информационный механизм. Проблема обеспечения единства механизмов менеджмента в сфере культуры.

5. Государственно-правовое регулирование деятельности в сфере культуры

Культурная политика как основа государственного управления культурой в России. Государственные институты управления культурой. Региональные и муниципальные государственные органы управления культурой. Правовые основы управления в сфере культуры. Государственное регулирование в сфере культуры. Возможные роли государства в управлении сферой культуры.

Виды власти в Российской Федерации. Уровни управления культурой: федеральный, региональный, местный. Компетенция федеральных и региональных органов государственного управления культурой.

Министерство культуры Российской Федерации: функции, структура, подведомственные организации и образовательные учреждения.

Компетенция органов государственной власти в сфере культуры. Информационное обеспечение в сфере культуры – необходимое условие современного менеджмента.

6. Культура и рынок

Предпринимательство и культура. Маркетинговая стратегия управления. Инвестиции и фандрайзинг. Роль рекламы. Интернет и электронная коммерция

7. Планирование, проектирование и программирование в сфере культуры

Планирование как инструмент менеджмента. Миссия и стратегия учреждения культуры. Проектирование в сфере культуры. Реализация программ в сфере культуры.

Типы внутриорганизационного планирования. Классификация внутри- организационных планов по различным признакам. Назначение и роль различных типов планов в реализации стратегии организации. Взаимосвязь различных типов планов. Соподчиненность планов и действий, обеспечивающих достижение управленческих целей.

Основные понятия стратегического менеджмента (потенциал, стратегия, конкурентоспособность) их содержание и взаимосвязь. Стратегическое планирование на макро- и микроуровне. Этапы стратегического планирования. Значение планирования для успешной деятельности организации. Особенности стратегического менеджмента в учреждении культуры.

8. Маркетинг в сфере культуры

Механизмы маркетинга. Маркетинг услуг. Социальный маркетинг. Маркетинг в учреждениях культуры. Стратегии маркетинга в сфере культуры. Концепция общего (классического) маркетинга: характеристика, значение, перспективы применения в практике учреждения культуры. Стратегический маркетинг, системное использование всех элементов комплекса маркетинга (маркетинг-микс), методы формирования спроса и стимулирования сбыта.

Возникновение некоммерческого маркетинга, его характерные особенности и значение. Сфера применения некоммерческого маркетинга.

Социально-этический маркетинг, его значение, возможности применения в культурно-досуговой деятельности. Максимаркетинг, его значение.

Маркетинг и экономические методы управления учреждением культуры. Маркетинг как современная концепция управления учреждением культуры.

9. Управление коммуникативными процессами

Коммуникация. Коммуникативные процессы в организациях. Управление внешними коммуникативными потоками. Паблик рилейшнз и реклама в сфере культуры. Бренд и имидж в управлении коммуникативными процессами.

Цели, значение общественных коммуникаций в учреждении культуры.

Целевые объекты паблик рилейшнз: постоянные и потенциальные пользователи учреждений культуры, администрация вышестоящих органов, лидеры общественного мнения, руководители политических организаций и общественных объединений, дети, национальные меньшинства, средства массовой информации и др. Особенности организации мероприятий паблик рилейшнз в работе с целевыми группами (аудиториями).

Направления паблик рилейшнз: позиционирование, анализ общественного мнения и публикаций, проекты и инициативы, кампании, слово, вербальное воздействие, иллюстрации, мероприятия.

Формирование, усиление и поддержание позитивного имиджа учреждения культуры. Позиционирование культурно-досуговой деятельности.

10. Фандрейзинг. Способы привлечения ресурсов в некоммерческую сферу

Управление финансами и социальное партнерство. Фандрейзинг как технология привлечения внебюджетных средств. Этапы фандрейзинговой компании. Благотворительность. Спонсоринг. Волонтерство.

Фандрейзинг: сущность, значение, формы и направления.

Основные звенья дополнительной ресурсной поддержки культурно-досуговой деятельности. Поиск и выбор учреждением культуры источников ресурсной помощи (ресурсных доноров): благотворители (благодатели, меценаты) и спонсоры.

Мотивы благотворительности, их учет и реализация учреждением культуры в процессе фандрейзинга.

Взаимоотношения учреждения культуры со спонсорами как вариант некоммерческого партнерства.

Взаимодействие учреждения культуры с благотворительным Фондом с целью получения гранта.

Роль Попечительского совета, Общества (Клуба) друзей учреждения культуры, других общественных организаций в привлечении благотворительной и спонсорской помощи.

11. Деловая культура организации

Деловая культура и внутренний климат в коллективе. Организационная культура. Корпоративная культура. Фирменный стиль

12. Менеджер в сфере культуры

Профессиональная компетентность менеджера в сфере культуры. Деловое общение и предупреждение конфликтов. Менеджер в учреждении культуры. Современные тенденции развития арт-менеджмента в России. Профессиональная компетентность современного менеджера и гуманитарная культура. Требования к компетентности и профессионализму менеджера

13. Управление персоналом

Основы кадрового менеджмента в сфере культуры. Управление социальными ресурсами. Руководство и его стили. Мотивация и стимулирование деятельности. Содержание, функции и цели системы управления персоналом, их интерпретация в практике кадрового менеджмента учреждения культуры. Основные подсистемы системы управления персоналом: линейного руководства; планирования и маркетинга персонала; управления наймом и учетом персонала; управления трудовыми отношениями; обеспечения комфортных условий труда; управления развитием персонала; отбор, подбор и расстановка кадров; сочетание единоначалия и коллегиальности, централизации и децентрализации; линейное, функциональное и целевое управление; контроль исполнения решений. Методы управления персоналом учреждения культуры: административные (их формы), экономические и социально-психологические.

14. Менеджмент разных направлений социокультурной деятельности

Медиаменеджмент как интегрирующая система. Менеджмент в аудиовизуальной сфере. Менеджмент музыкального шоу-бизнеса. Фестивальный менеджмент. Менеджмент в сфере туризма.

4.3. Рекомендуемые образовательные технологии

Комплекс образовательных технологий включает как традиционные, так и различные активные и интерактивные формы проведения лекций и практических занятий. Главной целью данных образовательных технологий должна быть самостоятельная и ответственная работа студента над учебным материалом. Реализация данной цели предполагает индивидуальную работу и работу в группе. Во время работы в группе необходимы взаимообмен информацией, совместная работа над учебным материалом. В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются презентационные материалы с использованием медиаоборудования.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В ходе освоения дисциплины рекомендуется сочетание лекционно-теоретического и практически-поискового метода, что значительно повышает эффективность усвоения материала рабочей программы. Уровень знания значительно оптимизирует система подготовки по рекомендованной литературе, содержащей прямые ссылки на авторов изучаемых дисциплин. Рекомендуемыми формами контроля эффективности изучения дисциплины являются семинарские занятия, тестирование, дискуссия, подготовка выступлений на НСО и написание самостоятельных письменных работ, обобщающих определенный тематический раздел.

Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Подготовка к каждому практическому занятию должна начинаться с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту можно самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности подготовить по нему презентацию. Если предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно).

При подготовке к семинарским занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы.

Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.

Тема доклада (задания) должна соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Для подготовки презентации рекомендуется использовать: Microsoft PowerPoint. Четко сформулировать цель презентации. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в

материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Обязательное самостоятельное изучение теоретического материала студентами обеспечивает их подготовку к текущим аудиторным занятиям во время сессии. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне выполненных самостоятельных работ, тестовых заданий. Самостоятельное изучение теоретического материала по данной дисциплине включает в себя: 1) текущую работу с лекционным материалом, предусматривающую проработку конспекта лекций и учебной литературы; 2) углубленный анализ научно-методической литературы, вынесенной на самостоятельную проработку (конспектирование, реферирование литературы, аннотирование статей, монографий и т.д.); 3) подготовку к практическим и семинарским занятиям; 4) подготовку к зачету (подготовка проекта).

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Целью самостоятельной работы по учебной дисциплине, является развитие познавательной самостоятельности студентов; систематизации, закрепления и углубление теоретических знаний, формирование умений использовать различные источники информации, самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, развития исследовательских умений.

Задания являются конкретизацией лекционного материала и соответствуют основным его темам. Изучение курса «Основы менеджмента в социально-культурной деятельности» предполагает выполнение следующих работ:

- ? поиск источников информации по заданной теме;
- ? изучение литературы по проблемам курса;
- ? работа с конспектом лекции (обработка текста);
- ? подготовку к контрольным работам;

Тестирование. Активное средство текущего контроля, организованное как список вопросов, содержащий различные варианты ответов и ориентированное на проверку и систематическую оценку знаний бакалавров по темам / разделам дисциплины.

Дискуссия (обсуждения результатов работ). Интерактивное средство текущего контроля, организованное как аргументированное обсуждение проблемной темы в группе с целью выяснения различных точек зрения и улучшения взаимопонимания по теме.

Семинар в диалоговом режиме. Интерактивное средство текущего контроля, организованное в форме диалога, в ходе ассистенты-стажёры обсуждают проблемные вопросы, заранее предложенные преподавателем для самостоятельного обдумывания.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

В СКГИИ практикуется пятибалльная система оценки успеваемости обучающихся, которая позволяет преподавателю, как единовременно, так и накопительно, оценить уровень освоения материала обучающимися.

Краткие экспресс-вопросы, проводимые в конце каждой лекции, позволяют оценить только знания обучающихся, а развернутые ответы на семинарских занятиях, рефератов, проектов, позволяют определить уровень сформированности компетенции посредством проверки умений и навыков работы с текстом, таблицами, в непосредственном контакте с коллективом и педагогом. Критерии оценки освоения компетенции указаны в Положении о системе оценочных средств.

Примерные тесты:

1. Учреждения культуры важны тем, что они: а) Осуществляют социально значимую деятельность б) Приносят доход в) Обеспечивают нравственное воспитание	2. Разработанный проект утверждает: а) Учредитель (вышестоящая инстанция) б) Заказчик в) Тот, кто будет распоряжаться выделенными средствами
---	---

3. При получении отрицательного ответа от потенциального донора (при отказе в поддержке проекта) следует а) Просить разъяснить причины отказа б) Извиниться за беспокойств в) Продолжать настаивать на предложении	4. К технологии фандрейзинга относится: а) Организация специальных событий и социальных мероприятий б) Договор о совместной деятельности в) Подготовка информационных материалов о проекте
5. Успешному фандрейзингу мешают: а) Низкий культурный уровень представителей бизнеса б) Унижительность просить деньги в) Недостаток информации	6. Дополнительные средства привлекаются в сферу культуры потому, что: а) Виды деятельности в ней коммерчески неконкурентны б) Необходимо обеспечить занятость работников культуры в) Она дает возможность реализации социального партнерства
7. Благотворительность это дело и забота: а) Государства б) Бизнеса в) Граждан	8. Письмо-предложение должно быть подписано: а) Менеджером проекта б) Председателем оргкомитета в) Учредителем организации, отвечающей за реализацию проекта
9. Государственное регулирование деятельности в сфере культуры это: а) Принятие законодательных норм и гарантий б) Контроль выполнения законодательства в) Выделение средств госбюджета	10. Успешному фандрейзингу мешает: а) Непрофессионализм исполнителей б) Недостаточные меры административного воздействия на бизнес в) Недостаток кадров в сфере культуры
11. Фандрейзинг это: а) Технология просить денег б) Привлечение средств на некоммерческие проекты в) Работа по привлечению инвесторов	12. Проблема «бизнес и культура» это: а) Вопросы сотрудничества бизнеса и культуры б) деловая активность в сфере культуры в) Культура бизнес процессов и управления ими
13. Некоммерческая деятельность это: а) Невыгодная деятельность б) Деятельность, осуществляемая некоммерческими организациями в) Социально значимая деятельность, неосуществимая на коммерческой основе	14. Фандрейзинг это: а) Обеспечение основных фондов б) Обеспечение оборотных средств в) Обеспечение зарплаты исполнителям

Вопросы к экзамену:

1. Закономерности и принципы менеджмента, их применение в практике управления учреждениями социально-культурной сферы.
2. Методы менеджмента, их применение в практике управления учреждениями социально-культурной сферы.
3. Системный и ситуационный подходы к управлению, их реализация в условиях учреждения социально-культурной сферы.
4. Система управления в сфере социально-культурной деятельности.
5. Некоммерческие организации сферы социально-культурной деятельности: виды, роль и значение.
6. Культурная программа как метод управления в сфере социально-культурной деятельности
7. Учреждения социально-культурной сферы как система и объект управления.
8. Менеджер учреждения социально-культурной сферы: профессиональные и личностные требования.
9. Управление нововведениями и инновациями в учреждениях социально-культурной сферы.
10. Система учета и отчетности в учреждении социально-культурной сферы.
11. Планирование в системе управления учреждением социально-культурной сферы.

12. Контроль в системе управления учреждением социально-культурной сферы.
13. Современные подходы к управлению персоналом учреждения культуры: концепции, принципы, методы.
14. Ключевые менеджерские функции в системе управления персоналом учреждения культуры.
15. Внешние и внутренние факторы, влияющие на кадровый менеджмент в учреждениях культуры.
16. Стили управления персоналом учреждения культуры.
17. Методы и приемы управленческого воздействия на персонал учреждения культуры.
18. Социально-экономические методы управления персоналом учреждения культуры.
19. Сопричастный менеджмент в практике управления персоналом учреждения культуры.
20. Маркетинг персонала учреждения культуры.
21. Типология руководителей учреждения культуры
22. Эволюционное развитие маркетинга. Применение основных концепций маркетинга в сфере культуры.
23. Некоммерческий маркетинг: особенности и сферы применения.
24. Виды маркетинга, реализуемые в практике учреждения культуры.
25. Особенности маркетинга услуг применительно к сфере культуры.
26. Факторы внешней среды, влияющие на деятельность учреждений культуры.
27. Маркетинговый комплекс учреждений культуры.
28. Формирование имиджа учреждения культуры средствами маркетинга.
29. Использование PR-технологий в работе учреждения культуры.
30. Современные рекламные технологии в практике учреждения культуры.
31. Фандрейзинг (привлечение ресурсной помощи) как результат маркетинговой деятельности учреждения культуры.

Критерии промежуточной оценки знаний и умений студентов по дисциплине «Основы менеджмента в социально-культурной деятельности»:

«5» (отлично) - за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, владение понятийным аппаратом, за умение связывать теорию с практикой, решать практические задачи, высказывать и обосновывать свои суждения. Отличная отметка предполагает грамотное, логическое изложение ответа.

«4» (хорошо) - если студент полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает ответ, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности.

«3» (удовлетворительно) - если студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач, не умеет доказательно обосновать свои суждения.

«2» (неудовлетворительно) - если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач.

Самостоятельная работа

При изучении теоретического курса нужно совмещать работу на лекциях с самостоятельным изучением учебного материала и конспектированием первоисточников. Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- получение, обработка и сохранение источников информации;
- логическое мышление, навыки создания научных работ гуманитарного направления, ведения научных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками;

Контроль выполнения учебной работы является, контрольное задание, тестирование, реферат на предложенные темы и экзамен по дисциплине.

Темы рефератов:

1. Ведущие школы менеджмента.
2. История развития государственного менеджмента в России.
3. Менеджмент в сфере культуры советского периода.
4. Роль социальных институтов в развитии культуры.
5. Роль русской православной церкви в развитии культуры.
6. История меценатства в России.
7. Приоритетные модели государственной политики в сфере культуры в странах Европы и США.
8. Основные задачи государственной культурной политики в постсоветской России.
9. Федеральная и региональная культурная политика в современной России.
10. Негосударственные организации культуры и их деятельность в постсоветской России.
11. Методы и принципы управления социокультурной сферой.
12. Современные концепции государственного менеджмента в сфере культуры.
13. Рыночные механизмы в поддержании культуры. Особенности социокультурного маркетинга.
14. Культура и бизнес. Производитель и потребитель в сфере культуры.
15. Реклама как социокультурный феномен.
16. Реклама и PR-технологии в социокультурном менеджменте. 19. Менеджмент в аудиовизуальной сфере.
17. Интернет и электронная коммерция в социокультурном менеджменте.
18. Особенности интернет-рекламы.
19. Кино как бизнес. Роль и функции продюсера.
20. Фестивальный менеджмент и его особенности.
21. Театральный менеджмент: история и современность.
22. Управление театрально-зрелищными организациями в постсоветской России.
23. Особенности музыкального шоу-бизнеса в России.
24. Индустрия культуры и шоу-бизнес.
25. Театральный бизнес. Особенности актерской антрепризы.
26. Арт-рынок и арт-менеджмент в контексте взаимодействия.
27. Музейный менеджмент в современной России.
28. Менеджмент в издательской деятельности.
29. Библиотечный менеджмент и его возможности.
30. Менеджмент в сфере туризма.
31. Государство и бизнес в регуляции культурной деятельности
32. Медиакультура и медиаменеджмент.
33. Инвестиции в сферу культуру в современной России.
34. Организационная культура как основа менеджмента.
35. Функции социокультурного менеджмента.
36. Менеджмент персонала.
37. Мотивация деятельности.
38. Коммуникации в управлении сферой культуры.
39. Корпоративная культура в контексте развития современного менеджмента.
40. Социально-психологические методы управления в практике современного менеджмента.
41. Правовые основы социокультурной деятельности.
42. Основные формы делового общения.
43. Современные требования к личности менеджера.
44. PR-технологии как фактор формирования имиджа фирмы.
45. Стили руководства в современном менеджменте.
46. Имидж современного руководителя.

47. Общие модели имиджевой коммуникации.
48. Имидж и PR-технологии в системе менеджмента.
49. Имидж и политическая мифология.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов. – 3-0е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2002
2. Основы менеджмента: Учебник для вузов. – М.: Высш. шк., 2001.
3. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учеб. пособие для вузов. - М.: ИНФРА-М, 2007
4. Тульчинский Г.Л., Шеков Е.А. Менеджмент в сфере культуры: Учеб. пособие для вузов. - 3-е изд. стереотип. - СПб., Лань; Планета музыки, 2007
5. Экономика и менеджмент культуры: Учеб. пособие для вузов. - М., 2007.
6. Якупов А. Печали и радости топ-менеджера в сфере искусства: (от практики к теории управления). – М.: Композитор, 2007

Дополнительная литература

1. Кириллова Н. Б. Менеджмент культуры / Н. Б. Кириллова. Екатеринбург: УрГУ, 2009.
2. Кириллова Н. Б. Менеджмент в социокультурной сфере / Н. Б. Кириллова. Екатеринбург: УрФУ, 2011.
3. Как продавать искусство: Пер с англ. Новосибирск: Сиб. хронограф, 2001
4. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле: Учеб. пособие; Пер. с англ. - М.: Логос, 2002
5. Пул Дж. Когда менеджмент приносит деньги: Наставления учреждениям всех стран. - М.: Классика XXI, 2003.
6. Журнал: Справочник руководителя учреждения культуры
7. Журнал: Культура: управление, Экономика, право.

Интернет-ресурсы

1. Правовой портал в сфере культуры РФ - <http://pravo.roskultura.ru>.
2. Культура России (<http://www.russianculture.ru>) – презентационно-образовательный портал для широкой аудитории.
3. Новостной информационный ресурс «Роскультура.ру» (<http://rosculture.ru>)
4. Сотрудничество Россия – Европа в области культуры (<http://rus-eu-culture.ru>).
5. [Культура регионов России](http://culturemap.ru) (<http://culturemap.ru>).
6. Сайт Министерства культуры РФ (<http://mkrf.ru>)
7. Информационно-справочный портал LIBRARY.RU (<http://www.library.ru>),

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Учебно-методические материалы – учебники, методические пособия. Аудиовизуальные средства обучения – слайды, презентации, учебные фильмы. Лабораторное оборудование – географические атласы, настенные карты.

Рабочая программа составлена с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 51.03.03

Программа утверждена на заседании кафедры

Протокол №11 от 27 июня 2026 г.

Зав. кафедрой культурологии,

к.ф.н., профессор

Шаваева М.О

Программу составил:

ст.преподаватель кафедры культурологии

Марченко О.А.

Эксперт:

д.э.н., профессор кафедры культурологии

Модебадзе Н.П.