

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 29.08.2025 12:27:44
Уникальный программный идентификатор:
b049feef759df6f58f6c8b7e90ca7ca13

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СВЕРЛОКАВКАСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИСКУССТВ»

Кафедра хореографии

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ М. М. Ахмадагаев

от «26» августа 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент и маркетинг в сфере культуры

Направление подготовки
52.04.01 Хореографическое искусство

Направленность (профиль)
«Педагогика»

Квалификация
Магистр

Форма обучения – **очная/заочная**

Срок обучения – **2 года/2 года 6 месяцев**

Нальчик 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) Б1.В.В.02 Менеджмент и маркетинг в сфере культуры / разработчик профессор, д.э.н. Модебадзе Н.П. – СКГИИ, 2025, 52 с.

Рабочая программа предназначена для студентов очной и заочной формы обучения по программе магистратуры 52.04.01 Хореографическое искусство, профиль «Педагогика» III семестра, 2 курса. Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 52.04.01 Хореографическое искусство, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 16 ноября 2017 г. N 1125 (с изменениями и дополнениями). Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020 г. (с изм. и доп. от: 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г.).

Содержание

1.	Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2.	Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.....	4
3.	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.....	4
4.	Объем, структура и содержание дисциплины.....	5
	4.1.Объем дисциплины.....	5
	4.2.Структура дисциплины.....	6
	4.3.Содержание дисциплины.....	6
5.	Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	10
	5.1.Контроль освоения дисциплины.....	10
	5.2. Фонд оценочных средств.....	12
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).....	41
	6.1. Основная литература.....	41
	6.2. Дополнительная литература.....	41
	6.3. Периодические издания.....	42
	6.4. Интернет-ресурсы.....	42
	6.5. Методические указания и материалы по видам занятий.....	42
	6.6. Программное обеспечение.....	47
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).....	48
8.	Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	49
9.	Дополнение и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля).....	51

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины Б1.В.В.02 Менеджмент и маркетинг в сфере культуры формирование у магистрантов систематизированных и обобщенных знаний о современных тенденциях и инновациях развития менеджмента и маркетинга.

Задачи курса: познакомить обучающихся с особенностями менеджмента и маркетинга; изучить условия и особенности возникновения и развития области профессиональной деятельности менеджеров; раскрыть своеобразие реализации основных функций менеджмента в современных организациях; проанализировать особенности принятия управленческих решений в современных организациях; выявить специфику деятельности менеджеров в условиях отечественных организаций культуры.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) ОПОП ВО по направлению подготовки 52.04.01 Хореографическое искусство, Профиль: Педагогика.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности), соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО (компетенции): УК-3; ПК-8.

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

ПК-8. Способен осуществлять административно-организационную деятельность в области хореографического искусства

Индикаторы достижения компетенций:

УК-3.1. Способен разработать стратегию сотрудничества и на ее основе организовать отбор, распределение ролей членов команды для достижения поставленной цели;

УК-3.2. Способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии, используя методы командообразования и командного взаимодействия, проявлять лидерские качества и умения.

ПК-8.1. Способен работать в системе управления организациями, осуществляющими деятельность в сфере искусства и культуры;

ПК-8.2. Способен разрабатывать обоснования организационно-управленческих решений с учетом критериев эффективности, рисков, возможностей использования имеющихся ресурсов в моделируемых ситуациях профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Знать:

- общие формы организации деятельности коллектива;
- психологию межличностных отношений в группах разного возраста **УК-3.1**
- основы стратегического планирования работы коллектива для достижения поставленной цели **УК-3.2**
- способы и методы организации работы исполнителей, принятия решения по организации управленческой деятельности **ПК-8.1.**
- принципы функционирования организаций, осуществляющих деятельность в сфере искусства и культуры **ПК-8.2.**

Уметь:

- предвидеть результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий;
- планировать командную работу, распределять поручения и делегировать полномочия членам команды **УК-3.2**
- проводить сравнительный анализ культурных мероприятий с точки зрения оценки их актуальности и соответствия потребностям и запросам массовой аудитории **ПК-8.1.**
- использовать правовые нормы в общественной жизни и профессиональной деятельности **ПК-8.2.**

Владеть:

- навыками постановки цели в условиях командой работы;
- способами управления командной работой в решении поставленных задач **УК-3.1**
- навыками преодоления возникающих в коллективе разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон **УК-3.2**
- навыками работы с нормативными правовыми документами **ПК-8.1.**
- системой ключевых понятий, используемых в области массовой коммуникации **ПК-8.2**

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы и включает в себя аудиторную (учебную), самостоятельную работу, а также виды текущей и промежуточной аттестации.

Дисциплина реализуется: очная форма обучения – на втором году обучения (2 курс) в течение одного семестра (3 семестр); заочная форма обучения – на втором году обучения (2 курс) в течение 3,4 семестров.

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Количество академических часов	Формы контроля (по семестрам)	
			экзамен	зачет
Очная форма обучения				

Общая трудоемкость	3	108	-	3
Аудиторные занятия		36		
Самостоятельная работа*		72*		
Заочная форма обучения				
Общая трудоемкость		108	-	4
Аудиторные занятия		8		
Самостоятельная работа*		100*		

* в том числе часы на подготовку к зачету

4.2. Структура дисциплины

Очное обучение

Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы			Формы контроля
		лекции	семинары	СРС	
Раздел: Теоретические основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства.					
Тема: Понятие, сущность и функции менеджмента в сфере культуры и искусства.	3	2	2	10	Текущий опрос/собеседование, тестирование
Тема: Стратегическое и тактическое управление малыми коллективами, принятие управленческих решений в нестандартных ситуациях.		4	2	12	Текущий опрос/собеседование, тестирование
Тема: SWOT-анализ как эффективная технология менеджмента социокультурных проектов.		4	2	10	Текущий опрос/собеседование,
Тема: Стартапы как инновационное направление венчурных проектов.		2	2	10	контрольная работа/контрольное задание
Тема: Бизнес-план как основа социокультурного проекта.		4	2	10	контрольная работа/контрольное задание
Тема: Привлечение финансовых ресурсов для реализации творческих проектов, способы привлечения внебюджетных средств.		2	2	10	Текущий опрос/собеседование, презентация
Тема: Технологии брендинга, PR и рекламы в сфере культуры и искусства.		4	2	10	Текущий опрос/собеседование, реферирование
Итого за курс: 108 часов		36	72	зачет	

Заочное обучение

Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы			Формы контроля
		лекции	семинары	СРС	

Раздел: Теоретические основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства.					
Тема: Понятие, сущность и функции менеджмента в сфере культуры и искусства.	3	2	2	10	Текущий опрос/собеседование, тестирование
Тема: Стратегическое и тактическое управление малыми коллективами, принятие управленческих решений в нестандартных ситуациях.		4	2	12	Текущий опрос/собеседование, тестирование
Тема: SWOT-анализ как эффективная технология менеджмента социокультурных проектов.		4	2	10	Текущий опрос/собеседование,
Итого за семестр		4 часа		60ч.	-
Тема: Стартапы как инновационное направление венчурных проектов.	4	2	2	10	контрольная работа/контрольное задание
Тема: Бизнес-план как основа социокультурного проекта.		4	2	10	контрольная работа/контрольное задание
Тема: Привлечение финансовых ресурсов для реализации творческих проектов, способы привлечения внебюджетных средств.		2	2	10	Текущий опрос/собеседование, презентация
Тема: Технологии брендинга, PR и рекламы в сфере культуры и искусства.		4	2	10	Текущий опрос/собеседование, реферирование
Итого за семестр		4 часа		40ч.	-
Всего за курс: 108 часов		8 часов		100ч.	зачет

4.3. Содержание дисциплины

№	Раздел/Тема	Содержание	Результаты обучения (формируемые компетенции)
Раздел 1. Теоретические основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства			
1.	Тема: Понятие, сущность и функции менеджмента в сфере культуры и искусства.	Определение менеджмента. Менеджмент как управление организацией. Менеджмент как самостоятельный вид деятельности. Менеджмент как учебная дисциплина. Этимология термина. Цели менеджмента. Менеджмент как наука управления Инфраструктура менеджмента.	<u>Формируемые компетенции:</u> УК-3, ПК-8 В результате изучения основных тем дисциплины студент должен: Знать:

		<p>организационный, инвестиционный, Виды менеджмента: информационный, кадровый, финансовый, стратегический, инновационный, производственный, управление персоналом, управление маркетингом. Собственность и управление. Экономические основы управления. Модели менеджмента.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - общие формы организации деятельности коллектива; - психологию межличностных отношений в группах разного возраста УК-3.1
2.	<p>Тема: Стратегическое и тактическое управление малыми коллективами, принятие управленческих решений в нестандартных ситуациях.</p>	<p>Содержание понятия «управление»: техническое, государственное, идеологическое, хозяйственное, управление социальными процессами. Целевые направления понятия «управление». Управление как состав функций. Управление как процесс. Основные элементы управления. Развитие управления. Управленческие технологии Управление как система. Уровни управления. Правовые аспекты организационного управления.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - основы стратегического планирования работы коллектива для достижения поставленной цели УК-3.2 - способы и методы организации работы исполнителей, принятия решений по организации управленческой деятельности ПК-8.1.
3.	<p>Тема: SWOT-анализ как эффективная технология менеджмента социокультурных проектов.</p>	<p>Инструментарий (средства, формы, методы) педагогического процесса, направленной на достижение предполагаемого результата в условиях досуга. Схема технологии социально-культурной деятельности: соцзаказ, цель, содержание, форма, средство, методы, мероприятия, анализ, создание методической папки. Методы оценки качества социально-культурной деятельности. Показатели социальной эффективности: проведение общественно и социально значимых культурно-массовых мероприятий, социально-культурное обслуживание социально незащищённых групп населения, развитие и поддержка коллективов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - принципы функционирования организаций, осуществляющих деятельность в сфере искусства и культуры ПК-8.2. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предвидеть результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий; - планировать командную работу, распределять поручения и делегировать полномочия членам команды УК-3.2

		<p>самодетельного художественного творчества и любительских объединений, патриотическое воспитание подрастающего поколения, выявление, хранение и трансляция традиционной культуры.</p> <p>Использование цифровых технологий. Цифровизация нацелена на совершенствование менеджмента качества социально-культурной деятельности, в том числе на мониторинг и контроль результативности культурно-досуговых программ и проектов, подтверждение их соответствия требованиям нормативных документов в сфере культуры, разработку эффективных организационных приёмов взаимоотношений с посетителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - проводить сравнительный анализ культурных мероприятий с точки зрения оценки их актуальности и соответствия потребностям и запросам массовой аудитории ПК-8.1. - использовать правовые нормы в общественной жизни и профессиональной деятельности ПК-8.2. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками постановки цели в условиях командой работы; - способами управления командной работой в решении поставленных задач УК-3.1 - навыками преодоления возникающих в коллективе разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон УК-3.2 - навыками работы с нормативными правовыми документами ПК-8.1. - системой ключевых понятий, используемых в
4	Тема: Стартапы как инновационное направление венчурных проектов.	<p>Изучение особенностей и взаимодействия между венчурными инвесторами и инновационными стартапами. Инновационность. Технологичность. Масштабируемость. ведению операционной деятельности. Проектная команда, бизнес-план, необходимая документация и инфраструктура. Венчурная экосистема.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - навыками постановки цели в условиях командой работы; - способами управления командной работой в решении поставленных задач УК-3.1 - навыками преодоления возникающих в коллективе разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон УК-3.2 - навыками работы с нормативными правовыми документами ПК-8.1. - системой ключевых понятий, используемых в
6.	Тема: Бизнес-план как основа социокультурного проекта.	<p>Планирование хозяйственной деятельности организации на ближайший и отдалённый периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов. Основные задачи бизнес-плана. Структура бизнес-плана для организаций культуры и искусства. Анализ рынка (потребительские группы, потоки потребителей, клиенты точки продаж, анализ конкурентной среды);</p>	<ul style="list-style-type: none"> - навыками постановки цели в условиях командой работы; - способами управления командной работой в решении поставленных задач УК-3.1 - навыками преодоления возникающих в коллективе разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон УК-3.2 - навыками работы с нормативными правовыми документами ПК-8.1. - системой ключевых понятий, используемых в

		План продаж (сезонность продаж, график выхода на проектную мощность, план продаж по годам); инвестиционная программа (первоначальный оборот, структура инвестиционных затрат, источники финансирования); операционный план (штатное расписание, ФОТ, отчисления в фонды, производственные расходы, управленческие расходы, коммерческие и внереализационные расходы); финансовый план (денежный поток)	области массовой коммуникации ПК-8.2
7.	Тема: Привлечение финансовых ресурсов для реализации творческих проектов, способы привлечения внебюджетных средств.	Краудфандинг. Спонсорство. Гранты. Меценаты-инвесторы. Определение фандрейзинга, фандрейзинговой кампании. Виды фандрейзинга	
8.	Тема: Технологии брендинга, PR и рекламы в сфере культуры и искусства.	Уникальность и миссия, специфика деятельности учреждения. Цель брэндинга. Индивидуальность бренда. Интерес к бренду. Позиционирование. Актуализация ценности бренда. Участие специалистов учреждений культуры в проектировании креативных практик и специальных событий, для формирования аутентичного культурного контекста бренда.	

5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

5.1. Контроль освоения дисциплины

В ходе изучения дисциплины Б1.В.В.02 Менеджмент и маркетинг в сфере культуры предусматриваются текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация.

Изучение курса предполагает следующие виды самостоятельной работы:

1. Повторение пройденного теоретического материала.

2. Установление главных вопросов темы семинарского занятия.
3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.
4. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.
5. Конспектирование.
6. Реферирование литературы.
7. Аннотирование книг, статей.
8. Углубленный анализ научно-методической литературы.

Система текущего контроля включает:

- Текущее опрос (собеседование, коллоквиум) и контроль
- Консультации
- Сообщения к семинарским занятиям (доклад, презентация),
- Контрольная работа (реферирование)
- Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СРС
- Перекрестное рецензирование
- Дискуссия

Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися. Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине в виде проведения **зачета**.

Общий балл текущего и рубежного контроля складывается из следующих составляющих:

Шкала оценивания			
Студент не допускается к промежуточной аттестации	оценка «удовлетворительно».	оценка «хорошо».	Оценка «отлично»
Частичное посещение аудиторных занятий. Неудовлетворительное выполнение лабораторных и практических работ. Плохая подготовка к контрольным мероприятиям.	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Частичное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение контрольных работ, тестовых заданий, ответы на	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита лабораторных и практических работ. Выполнение	Полное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита лабораторных и практических занятий. Выполнение контрольных работ, тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценку «отлично».

	коллоквиуме на оценку «удовлетворительно».	контрольных работ, тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценку «хорошо».	
--	--	--	--

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Типовые задания, обеспечивают формирование компетенций УК-3, ПК-8.

Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения (компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)	Основные показатели оценки результатов обучения	Вид оценочного материала, обеспечивающий формирование компетенций
<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.</p> <p>ПК-8. Способен осуществлять административно-организационную деятельность в области хореографического искусства</p>	<p>УК-3.1. Способен разработать стратегию сотрудничества и на ее основе организовать отбор, распределение ролей членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.2. Способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии, используя методы командообразования и командного взаимодействия, проявлять лидерские качества и умения.</p> <p>ПК-8.1. Способен работать в системе управления организациями, осуществляющими деятельность в сфере искусства и культуры;</p> <p>ПК-8.2. Способен разрабатывать обоснования организационно-управленческих решений с учетом критериев эффективности, рисков, возможностей</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – общие формы организации деятельности коллектива; – психологию межличностных отношений в группах разного возраста УК-3.1 – основы стратегического планирования работы коллектива для достижения поставленной цели УК-3.2 – способы и методы организации работы исполнителей, принятия решения по организации управленческой деятельности ПК-8.1. – принципы функционирования организаций, осуществляющих деятельность в сфере искусства и культуры ПК-8.2. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предвидеть результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий; – планировать командную работу, распределять поручения и делегировать полномочия членам команды УК-3.2 	<p>Типовые оценочные материалы для: устного опроса; контрольной работы; презентаций, реферирования, тестовых заданий; оценочные материалы по зачету.</p>

	использования имеющихся ресурсов в моделируемых ситуациях профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – проводить сравнительный анализ культурных мероприятий с точки зрения оценки их актуальности и соответствия потребностям и запросам массовой аудитории ПК-8.1. – использовать правовые нормы в общественной жизни и профессиональной деятельности ПК-8.2. <p style="text-align: center;">Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками постановки цели в условиях командой работы; – способами управления командной работой в решении поставленных задач УК-3.1 – навыками преодоления возникающих в коллективе разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон УК-3.2 – навыками работы с нормативными правовыми документами ПК-8.1. – системой ключевых понятий, используемых в области массовой коммуникации ПК-8.2 	
--	--	--	--

5.2. Фонд оценочных средств

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

Собеседование/устный опрос. Устные ответы на семинарских занятиях являются основной формой проверки уровня усвоения студентами изучаемой темы. При определении уровня достижений обучающихся при собеседовании (устном опросе) необходимо обращать особое внимание на:

- тематическую грамотность, логичность и доказательность в процессе изложения материала при ответе на поставленный вопрос или решения учебной задачи;
- точность и целесообразность использования профессиональной терминологии и знание номенклатуры;
- самостоятельность и осознанность ответа обучающегося, его речевую грамотность.

Тема: Понятие, сущность и функции менеджмента в сфере культуры и искусства.

1. Понятие и сущность менеджмента.
2. Принципы социокультурного менеджмента.
3. Особенности менеджмента и маркетинга в сфере культуры.
4. Основные функции менеджмента, их логическая связь.
5. Процесс управления творческим коллективом.

Тема: Стратегическое и тактическое управление малыми коллективами, принятие управленческих решений в нестандартных ситуациях.

1. Понятие и сущность стратегического управления.
2. Миссия организации.
3. Значение стратегического управления малыми коллективами.
4. Соотношение стратегического и тактического управления.

Тема: SWOT-анализ как эффективная технология менеджмента социокультурных проектов.

1. SWOT-анализ в маркетинговом плане предприятия.
2. Составление матрицы SWOT-анализа, сильные и слабые стороны проекта, рыночные возможности и рыночные угрозы.
3. Параметры SWOT-анализа.

Тема: Стартапы как инновационное направление венчурных проектов.

1. Понятие стартап.
2. Получение инвестиций для стартапа: необходимые показатели и проблемы.

Тема: Бизнес-план как основа социокультурного проекта.

1. Структура бизнес-плана
2. Финансовая составляющая бизнес-плана
3. Этапы бизнес-плана

Тема: Привлечение финансовых ресурсов для реализации творческих проектов, способы привлечения внебюджетных средств.

1. Экономический потенциал сферы культуры и искусства.
2. Прямые и опосредованные механизмы привлечения финансовых ресурсов для реализации творческих проектов.
3. Определение фандрейзинга, фандрейзинговой кампании. Виды фандрейзинга.
4. Информационное обеспечение фандрейзинга.
5. Эффективность привлечения внебюджетных финансовых ресурсов.

Тема: Технологии брендинга, PR и рекламы в сфере культуры и искусства.

1. Определение понятий «Брендинг», «Бренд».
2. Технологии брендинга, PR и рекламы в сфере социально-культурной деятельности.
3. Условия эффективности брендинга в сфере культуры.

Опрос проводится в течение 10-15 минут в начале каждого лекционного занятия, перед изучением нового раздела или темы.

Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса

Критерии оценки: инициативность, точность и полнота ответа Шкала оценивания: 2-5 баллов.

Ответ оценивается на «отлично» (5), если студент обстоятельно, логично и последовательно раскрывает суть вопроса, умело оперирует понятиями, закономерностями, теориями и их взаимосвязями, отвечает на дополнительные вопросы преподавателя, дает ответ в логической последовательности с использованием профессиональной терминологии.

Ответ оценивается на «хорошо» (4), если студент обстоятельно, логично и последовательно раскрывает суть вопроса, умело оперирует понятиями и теориями менеджмента и маркетинга, но испытывает некоторые затруднения при ответах на дополнительные вопросы преподавателя.

Ответ оценивается на «удовлетворительно» (3), если студент поверхностно, непоследовательно излагает суть вопроса, неумело оперирует понятиями, принципами и закономерностями.

Ответ оценивается на «неудовлетворительно» (2), если студент не знает суть вопроса.

Оценочные материалы в форме творческого практического задания.

Практико-ориентированный или творческий учебный проект предполагает частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Творческое задание может включать: анализ, рецензирование, разработку, сочинение, организацию, реализацию или подготовку творческого проекта (макета, мероприятия, фильма, стратегии и т.д.) по заданной теме. Творческое задание предполагает способность и навыки изложения собственных креативных решений.

Тема: Стратегическое и тактическое управление малыми коллективами, принятие управленческих решений в нестандартных ситуациях.

Задания для практического занятия:

1. провести анализ сильных и слабых сторон деятельности малого творческого коллектива;
2. сформулировать миссию творческого коллектива;
3. сформулировать стратегическую цель развития коллектива и тактические цели.

Тема: SWOT-анализ как эффективная технология менеджмента социокультурных проектов.

Задания для практического занятия:

1. Провести анализ сильных, слабых сторон любого учреждения культуры.
2. Составление матрицы SWOT-анализа, сильные и слабые стороны проекта, рыночные возможности и рыночные угрозы.
3. Способы преодоления слабых сторон.

Тема: Привлечение финансовых ресурсов для реализации творческих проектов, способы привлечения внебюджетных средств.

Задания для практического занятия:

Разработка цикла фандрейзингового мероприятия.

Критерии оценки учебного творческого задания:

- оценка **«отлично»** ставится, если студент демонстрирует отличный уровень теоретических знаний и практических навыков, соответствующий или превышающий объем обязательного материала, творческий подход к изучению дисциплины, умение находить нестандартные решения, отличное владение методами и методиками при выполнении индивидуальных заданий;

- оценка **«хорошо»** ставится, если студент демонстрирует хороший уровень теоретических знаний и практических навыков, соответствующий объему обязательного материала, творческий подход к изучению дисциплины, умение находить нестандартные решения, владение методами и методиками при выполнении индивидуальных заданий, но при этом допускает неточности;

- оценка **«удовлетворительно»** ставится, если студент демонстрирует достаточный уровень теоретических знаний и практических навыков, соответствующий объему обязательного материала, умение находить нестандартные решения, владение методами и методиками при выполнении индивидуальных заданий, но при этом допускает ошибки;

оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент демонстрирует недостаточный или абсолютно низкий уровень теоретических знаний и практических навыков в рамках основной образовательной программы, выполнение заданий с существенными ошибками, либо неспособность справляться с заданиями.

Оценочные материалы для подготовки и защиты презентаций (доклада/сообщения).

Презентация – это форма представления информации как с помощью разнообразных технических средств, так и без них. Презентация как форма контроля может содержать отчет о работе над проектом либо информацию, полученную в ходе исследования. Так как цель презентации – донести до аудитории полноценные сведения в удобной для восприятия форме, то необходимо тщательно продумать, что и как представлять слушателям.

Рейтинг–контроль в виде презентаций, посвящённых различным аспектам менеджмента и маркетинга в сфере культуры.

Примерные темы презентаций:

1. Методологические основы системного менеджмента.
2. Управление как система.
3. Эволюция и философия менеджмент.

4. Социальная ответственность и этика управления. Менеджер как субъект управления

5. Социальная справедливость как мера нравственности в управлении

6. Менеджер как профессиональный руководитель

7. Основные функции менеджмента Стратегическое управление и тактическое планирование

8. Виды управленческой деятельности.

9. Основные функции и связующие процессы

10. Организация как важная функция управления

11. Мотивация как основа менеджмента. Контроль в системе менеджмента

12. Мотивация как основная функция менеджмента

13. Определение и типы структур организационного управления

14. Организация управления в крупных фирмах

15. Трудовая мотивация и методы её поддержания

16. Основы лидерства и стиля руководства

17. Характеристика авторитарного стиля

18. Коммуникации в менеджменте.

19. Роль управленческого решения в менеджменте.

20. Руководство: власть и влияние

21. Многообразие и сущность власти

22. Характеристика типов организационного климата

23. Административные методы управления

24. Причины возникновения неформальных групп

25. Организационная культура. Предупреждение конфликтов в менеджменте.

26. Современные тенденции развития менеджмента. Персональный менеджмент

27. Понятие и сущность эффективности менеджмента

Критерии оценки задачи презентации:

«Отлично» – презентация соответствует требованиям и докладу, информация верна, научно аргументирована, материал информативен, автор свободно в нем ориентируется, использованы ссылки на пройденные темы и дополнительные источники.

«Хорошо» – презентация соответствует требованиям, информация верна, научно аргументирована, материал достаточно информативен, но без ссылок на пройденные темы.

«Удовлетворительно» – презентация соответствует требованиям, информация верна, но не аргументирована научно, либо верна, но представлена попытка обосновать её с альтернативных научных позиций, пройденных в курсе, требует некоторых дополнений.

«Неудовлетворительно» – презентация не соответствует требованиям и докладу, информация неверна и не аргументирована научно.

Оценочные материалы для тестирования. Тестирование – это диагностический метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, а также их соответствие определенным нормам. Тест – это контрольное задание, проводимое в равных для всех обучающихся условиях, длительность и характер которого строго соотнесены с объективными факторами: цели обучения и конкретного теста, характер изучаемого материала. Результаты выполнения теста поддаются количественной оценке.

Тестовые задания выполняются в форме проведения письменного тестирования, состоят из теоретических вопросов по основным темам дисциплины Б1. В.В.02. «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры».

Банк тестовых испытаний:

Тест №1.

1. Укажите черты характера, которыми должен обладать такой архетип управляющего как «администратор»
 - быть общительным и уметь вдохновлять людей на максимальную самоотдачу
 - иметь аналитический склад ума
 - быть предельно объективным и полагаться на факты и логику
 - методичность в работе, прогнозирование будущего
2. Укажите основные функции управления
 - планирование, контроль
 - информация, прогнозирование, планирование, организация, мотивация, контроль
 - организация, мотивация
 - организация, мотивация, контроль
3. Целью планирования деятельности организации является...
 - обоснование затрат
 - обоснование сроков
 - определение целей, сил и средств
 - обоснование численности работников
4. К категории «внутреннего вознаграждения» относится...
 - зарплата
 - карьерный рост
 - сама работа
 - признание товарищей по работе
5. Основным правилом при определении уровня зарплаты является:
 - определенный законом минимальный уровень
 - определенная штатным расписанием ставка
 - уровень оплаты в фирмах конкурентах
 - абсолютно точное и объектное определение характера вложенного труда и исследующая всесторонняя и беспристрастная его оценка

6. Обозначьте, для чего осуществляется делегирование своих полномочий другим руководителям
- для оптимального решения комплексной задачи
 - для сохранения «группового» стиля работы
 - для проверки квалификации рабочих
 - все перечисленное
7. «Принять решение» означает...
- перебрать все возможные альтернативы
 - перебрать несколько альтернатив, дающих наиболее эффективные возможности решения проблемы
 - отдать распоряжение о выборе возможной альтернативы
 - отдать распоряжение к реализации конкретного плана
8. Подход, который не относится к известным школам в управлении
- научное управление
 - административное управление
 - новая экономическая политика
 - человеческие отношения
9. Ключевым фактором в любой модели управления являются...
- люди
 - средства производства
 - финансы
 - структура управления
10. Внешняя среда прямого воздействия на организацию - это...
- акционеры, конкуренты, поставщики
 - потребители, торговые предприятия, местные органы
 - все перечисленное
 - правительственные органы, местные органы, профсоюзы
11. «Отцом научного управления» часто называют...
- А. Файоля - он опубликовал книгу «Общее и промышленное управление», где сформулированы принципы управления, в том числе разделение труда и единство командования
 - Ф. Тейлора - он пытался обосновать дневную норму рабочего методами хронометража и наблюдения за рабочим циклом
12. Организация - это...
- группа людей, объединенная общей целью
 - группа людей, владеющая средствами производства
 - группа людей, деятельность которых координируется
 - группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели
13. К социально-культурной сфере относятся...
- медицина
 - транспорт
 - культура
 - образование

- все перечисленное
 - связь
14. Управление есть - ...
- воздействие с целью оказания давления
 - целенаправленное воздействие субъекта управления на объект управления
 - целенаправленное воздействие объекта управления на субъект управления
15. Менеджмент это - ...
- искусство
 - наука
 - особый вид деятельности
 - все перечисленные
16. Патернализм - это ...
- воспитание у рабочих чувства, что они члены одной семьи
 - развитое в России направление работы с персоналом
 - приобщение сотрудников к духовности
17. Ступени мотивации по Маслоу - это...
- потребность развития и признания
 - потребность развития и признания, социальная потребность и потребность в защищенности, основные потребности
 - социальная потребность и потребность в защищенности
 - основные потребности
18. Первоочередной необходимостью успешной работы сотрудника на новом месте является...
- соответствие специализации
 - справедливое вознаграждение
 - социальная адаптация
 - перспектива роста
19. **Любое предприятие независимо от его правовой формы обязано иметь...**
- помещение, офис
 - руководство
 - средства, оборудование
 - штатных сотрудников
20. «Побуждение» - это...
- условия, в которых человек вынужден осуществлять конкретную деятельность
 - ощущение недостатка в чем-либо, имеющее определенную направленность и сконцентрированное на достижение цели (желание сделать что-либо)
 - принуждение кого-либо к определенной деятельности
 - создание заинтересованности кого-либо к конкретной деятельности

Тест №2

1. Выполнение работы по принуждению или через экономические стимулы это...
 - мотивация по статусу
 - внешняя мотивация (стимул)
 - мотивация по результату
 - внутренняя мотивация
2. Стимул изначально означал ...
 - посох для странника
 - дирижерская палочка
 - палка для рабов
3. К внешней среде косвенного воздействия относится...
 - Поставщики материальных, трудовых и финансовых ресурсов, потребители
 - Состояние экономики, научно-технический прогресс, политика
 - Законы и государственные органы, конкуренты
4. Назовите автора "Школы человеческих отношений"
 - Мери Фоллет, Элтон Мейо
 - Анри Файоль
 - Фредерик Тейлор
5. Автором универсальных принципов управления является...
 - Ф. Тейлор
 - А. Файоль
 - Э. Мейо
6. Разделение труда – это...
 - выполнение работы каждым работником самостоятельно
 - выполнение работы, которая соответствует квалификации
 - выполнение работы, большей по объему и лучшей по качеству, при тех же усилиях
7. Японский менеджмент ориентируется на...
 - групповую форму организации труда
 - индивидуализм
 - патриотизм
8. Скорость служебного роста в американской модели...
 - медленная
 - мгновенная
 - быстрая
9. Форма ответственности в японской модели...
 - единоличная
 - индивидуальная
 - коллективная
10. Главная трудность в реформировании бывшей советской системы – это:
 - финансы

- люди
 - ресурсы
11. Среда – это...
 - главный день недели, в который осуществляется основное управление
 - совокупность основных функций менеджмента
 - совокупность объективных условий, в которых осуществляется деятельность фирмы
 12. Мотив это - ...
 - движущая сила, которая находится внутри человека и побуждает его к какому-либо действию
 - наименьшая из музыкальных форм
 - внешняя, относительно работающего человека средство побуждает его к какому-либо действию
 13. Гипертимный, или гиперактивный характер свойственен работникам...
 - замкнутым, малообщительным
 - для которых очень важна, какова у них на работе психологическая обстановка
 - с повышенной доброжелательностью и общительностью
 14. Работника с неустойчивым характером следует...
 - по возможности уволить (избавиться)
 - перевести на другую работу
 - поручить ему рекламу продукции
 15. Авторитарному стилю руководства характерно...
 - активное использование методов административного и психологического воздействия
 - групповые формы принятия управленческих решений
 - сочетание принципа единоначалия и общественного самоуправления
 16. Отношение к инициативе руководителя с демократическим стилем управления...
 - подавляет полностью
 - поощряет, использует в интересах дела
 - отдает инициативу в руки подчиненных
 17. Какому стилю характерно - "в принятии решений ориентируется на указания от руководства или решения совещания"
 - либеральному
 - демократическому
 - авторитарному
 18. Причины возникновения конфликтов - это ...
 - ограниченность власти, различия в квалификации, уме
 - ограниченность ресурсов, различия в целях, манере поведения и жизненном опыте, взаимозависимость задач
 - отсутствие чувства юмора, различия в производительности труда

19. Самооборона (ослабление, уклонение, доминирование, капитуляция) - лучший из способов разрешения конфликтов
- да
 - нет
20. Метод эмпатии в принятии управленческих решений ориентирован на...
- выработку творческих идей при помощи наводящих вопросов
 - выработку творческих идей при помощи нового комбинирования известных и зарекомендовавших себя составляющих
 - выработку творческих идей путем постановки автора идеи на место проблемы и выработку уже с этой позиции

Ключи к тестам

№ вопроса	правильный ответ	№ вопроса	правильный ответ	№ вопроса	правильный ответ	№ вопроса	правильный ответ
1	3	11	2	1	2	11	3
2	2	12	4	2	3	12	1
3	3	13	5	3	2	13	3
4	3	14	2	4	1	14	1
5	4	15	4	5	2	15	1
6	1	16	1	6	3	16	2
7	4	17	2	7	1	17	1
8	3	18	3	8	3	18	2
9	1	19	2	9	3	19	2
10	3	20	2	0	2	20	3

Тестовое задание № 3 (выберите правильные варианты ответа)

1 вариант:

1. Как осуществляется текущий контроль в организации?
 1. Путем заслушивания работников организации на производственных совещаниях;
 2. путем наблюдения за работой работников;
 3. с помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами;
 4. путем докладов на сборах и совещаниях;
 5. вышестоящей структурой
2. Кто должен осуществлять контроль за выполнением поставленных задач перед коллективом?
 1. специалисты;
 2. работники;
 3. руководители;

4. отдельные руководители;
5. министерства.

3. Контроль - это:

1. вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;
2. вид человеческой деятельности;
3. наблюдение за работой персонала организации;
4. наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий;
5. постоянная проверка того, как организация осуществляет свои цели и корректирует свои действия.

2. Для сокращения потребности в контроле целесообразно:

1. создавать организационные и социально-психологические условия для персонала;
2. создавать соответствующие социальные условия для персонала;
3. создавать соответствующие организационные условия для персонала;
4. постоянно совершенствовать систему стимулирования труда персонала;
5. постоянно повышать квалификацию персонала.

5. Контроль должен быть:

1. объективным и гласным;
2. гласным и действенным;
3. объективным, деловым, эффективным, систематическим и гласным.
4. эффективным;
5. текущим.

6. Что есть основой мотивации труда в японских корпорациях?

1. получение высоких материальных вознаграждений;
2. гармонизация между трудом и капиталом;
3. признание заслуг;
4. постоянное повышение квалификации персонала;
5. достижение конкурентного преимущества.

7. Какие основные группы потребностей выделил украинский ученый Туган-Барановский?

1. физиологические и альтруистические;
2. половые и физиологические;
3. физиологические, половые, симптоматические инстинкты и потребности, альтруистические;

4. физиологические и симптоматические;
5. физиологические, потребности в безопасности, в отношениях принадлежности, в самовыражении, в самоактуализации.

8. Когда исторически возник вопрос мотивации труда?

1. со времен появления денег;
2. со времен возникновения организаций;
3. со времен появления руководителя организации;
4. со времен зарождения организованного производства;
5. во время буржуазных революций в Европе.

9. Как следует понимать мотивы престижа?

1. попытки работника занять высшую должность в организации;
2. попытки работника реализовать свою социальную роль, взять участие в общественно важной работе;
3. попытки работника получать высокую зарплату;
4. попытки работника взять участие в общественной работе;
5. попытки работника иметь влияние на других людей.

10. Какие основные группы мотивов к труду выделил украинский ученый В. Подмарков?

1. обеспечение и признание;
2. признание и престиж;
3. обеспечение, признание, престиж;
4. обеспечение и престиж;
5. имидж, престиж.

10. Оперативные планы разрабатываются сроком на:

1. полгода, месяц, декаду, неделю;
2. по рабочим дням;
3. 3-5 лет;
4. 1 год;
5. 10 лет.

11. Под планированием понимают:

1. вид деятельности;
2. отделённый вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние организации;
3. перспективу развития;
4. состояние организации;
5. интеграцию видов деятельности.

12. Организационное планирование осуществляется:

1. только на высшем уровне управления;

2. на высшем и среднем уровнях управления;
 3. на среднем уровне управления;
 4. на всех уровнях управления;
 5. определение потребностей подчиненных
13. Если Вам придется объяснять, что представляет собой функция планирования, то выскажете что это:
1. установление целей и задач развития объектов управления, определение путей и средств их достижения;
 2. установление целей организации;
 3. определение путей и средств выполнения заданий;
 4. определение способов достижения целей организации;
 5. моделирование действий организации.
14. Одна из форм монополии, объединение многих промышленных, финансовых и торговых предприятий, которые формально сохраняют самостоятельность, а фактически подчинены финансовому контролю и руководству главенствующей в объединении группе предприятий:
1. концерн;
 2. картель;
 3. консорциум;
 4. корпорация;
 5. ассоциация.
15. Вид хозяйственной деятельности, при которой часть участников отвечает по долгам всем своим имуществом, а часть только в пределах своих взносов в уставной фонд
1. дочернее товарищество;
 2. товарищество с ограниченной ответственностью;
 3. полное товарищество;
 4. командитное товарищество;
 5. акционерное общество.
16. Вид хозяйственной деятельности, при которой ее участники отвечают по долгам предприятия своими взносами в уставной фонд, а при недостатке этих сумм - дополнительное имущество, которое им принадлежит:
1. полное товарищество;
 2. товарищество с ограниченной ответственностью;
 3. командитное товарищество;
 4. товарищество с дополнительной ответственностью;
 5. производственный кооператив.
17. Вид хозяйственной деятельности, когда все ее участники занимаются совместной предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом это -:

1. товарищество с дополнительной ответственностью;
 2. товарищество с ограниченной ответственностью;
 3. полное товарищество;
 4. коммандитное товарищество;
 5. акционерное общество
18. Организация, которая имеет однозначные внутренние взаимосвязи жесткую регламентацию всех сторон деятельности это:
1. первичная организация;
 2. органическая организация;
 3. вторичная организация;
 4. на корпоративном уровне.
19. К средствам мотивации труда не относятся:
1. вознаграждения;
 2. проведение производственных совещаний;
 3. повышение квалификации персонала;
 4. обеспечение условий для самовыражения;
 5. объявление благодарности.

2й вариант

1. На уверенности в том, что за определенную выполненную работу человек получит вознаграждение основывается следующая теория мотивации:
 2. справедливости;
 3. потребностей;
 4. вознаграждений;
 5. ожиданий;
 6. предположений.
2. В соответствии с концепцией Мескона основные (общие) функции управления реализуются в следующем порядке:
 1. планирование, организация, мотивация, контроль;
 2. организация, планирование, контроль, мотивация;
 3. планирование, организация, контроль, мотивация;
 4. мотивация, контроль, планирование, организация;
 5. стратегия, планирование, организация, контроль.
3. Когда осуществляется заключительный контроль в организации?
 1. до фактического начала выполнения работ;
 2. после, выполнения запланированных работ;
 3. в ходе проведения определенных работ;
 4. тогда, когда удобно руководителю;
 5. после достижения поставленных целей.
4. Когда осуществляется текущий контроль в организации?
 1. после выполнения определенных работ;
 2. до фактического начала выполнения определенных работ;

3. в ходе проведения определенных работ;
 4. тогда, когда удобно руководителю;
 5. тогда, когда удобно коллективу.
5. Что обеспечивает управленческая функция «мотивация»?
1. достижение личных целей;
 2. побуждение работников к эффективному выполнению поставленных задач;
 3. исполнение принятых управленческих решений;
 4. обеспечение бесспорного влияния на подчиненного;
 5. побуждение работников к деятельности.
6. Если вам придется объяснять, что представляет собой функция мотивации, то Вы скажете, что это:
1. процесс достижения поставленных перед администрацией целей;
 2. побуждение себя к эффективной деятельности;
 3. процесс побуждения себя и других к эффективной деятельности достижения поставленных перед организацией целей;
 4. способ влияния на персонал с целью достижения целей;
 4. механистическая организация;
 5. динамичная организация.
7. Определяются следующие фазы жизненного цикла организации:
1. создание, становление, развитие, возрождение;
 2. рождение, зрелость;
 3. рождение, детство, юность, зрелость, старение, возрождение;
 4. рождение, зрелость, возрождение;
 5. создание, развитие, зрелость, старение.
8. К основным составляющим элементам внутренней среды организации не относятся:
1. потребители, конкуренты, законы;
 2. цели, задачи;
 3. персонал, технологии;
 4. структура управления;
 5. потребители.
9. Что следует понимать под миссией организации?
1. основные задания организации;
 2. основные функции организации;
 3. основное направление деятельности;
 4. четко выраженные причины существования;
 5. основные принципы организации

10. Если Вам придется объяснять, что следует понимать под организацией, Вы скажете, что это:
1. объединение людей для выполнения определенных работ;
 2. сознательное объединение людей, которое действует на основании определенных процедур и правил и совместно реализует определенную программу или цели;
 3. группа людей, которые совместно реализуют определенные программы;
 4. группа людей, которые объединяются на основе симпатии друг к другу для реализации личных целей;
 5. объединение людей по интересам.
11. К внутренней среде относятся:
1. поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
 2. состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
 3. цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
 4. планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль
 5. партнеры, персонал, социально-психологические условия.
12. Тест по менеджменту. К внешней среде организации непрямого действия относятся:
1. поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
 2. состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
 3. цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
 4. планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;
 5. партнеры, персонал, социально-психологические условия.
13. Какие принципы менеджмента обосновал в своей книге «Никомахова этика» древнегреческий философ Аристотель?
1. этические и эстетические принципы;
 2. организационные;
 3. корпоративные;
 4. моральные принципы;
 5. специфические принципы

14. Как можно объяснить сущность принципа «подчиненность личного интереса общему»?
1. В организации всегда должен учитываться только личный интерес руководителей организации;
 2. интерес одного работника должен преобладать над интересами организации в целом;
 3. интерес отдельных менеджеров должен преобладать над интересами отдельных групп работников;
 4. в организации интересы одного работника или группы не должен преобладать над интересами организации в целом;
 5. интерес организации не должен преобладать над интересами коллектива.
15. Что предусматривает дисциплина как принцип менеджмента?
1. выполнение всеми работниками поставленных заданий;
 2. четкое придерживание администрацией предприятия и его персоналом заключенного коллективного договора и контракта;
 3. выполнение менеджерами поставленных заданий;
 4. выполнение работниками аппарата управления поставленных заданий;
 5. полное подчинение работников руководящему аппарату.
16. Что должны отражать современные принципы менеджмента?
1. основные закономерности управления;
 2. основные связи, которые складываются в системе;
 3. основные отношения, которые складываются в системе;
 4. основные свойства, связи и отношения управления, которые складываются в системе;
 5. обязательное наличие цели при управлении.
17. Что является основой управления какой-либо системы?
1. принципы, которые отражают рыночные условия хозяйствования;
 2. методы менеджмента;
 3. функции менеджмента;
 4. финансовые ресурсы;
 5. объект менеджмента.
18. Где по мнению отечественных и зарубежных специалистов менеджмента формировалась практика управления организацией?
1. в Шумерии, Македонии, Риме, Киевской Руси;
 2. в Киевской Руси;
 3. в Риме и Шумерии;
 4. в Шумерии и Македонии;

5. в Русской империи

19. Подход, который требует принятия оптимального решения, которое зависит от соотношения взаимодействующих факторов - это:

1. ситуационный подход;
2. системный подход;
3. процессный подход;
4. поведенческий подход;
5. текущий подход.

20. Если управление рассматривает все процессы и явления в виде целостной системы, которая имеет новые качества и функции, которые отсутствуют у элементов, которые их составляют, то мы имеем дело с:

1. поведенческим подходом.
2. процессным подходом;
3. ситуационным подходом;
4. системным подходом;
5. текущим подходом.

3й вариант

1. Что является основным в определении сути маркетинга?

- а) сбыт товаров;
- б) снижение издержек производства; а) установление цен на товары;
- г) удовлетворения потребностей потребителей.

2. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?

- а) товарная ориентация;
- б) производственная ориентация; в) сбытовая ориентация;
- г) ориентация на потребителя, общество в целом.

3. Объектами маркетинга являются:

- а) товары;
- б) услуги;
- в) фирмы;
- г) все вышеперечисленные ответы.

4. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

- а) маркетинговые исследования;
- б) инвентарный контроль;
- в) товарная политика;
- г) создание рекламного обращения.

5. Основными составными частями комплекса маркетинга являются: а) товар, цена, продвижение товара, распространение

- б) товар, стимулирование сбыта, реклама;
- в) сбыт товара, ценообразование, продвижение;

- г) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков.
6. С точки зрения маркетинга товар – это:
- а) результат исследований, разработок и производства;
 - б) продукт труда предназначен для продажи;
 - в) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей;
 - г) все товары на предприятиях.
7. Позиционирование товара – это:
- а) сегментирование рынка;
 - б) определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара;
 - в) поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями;
 - г) выбор целевого рынка.
8. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:
- а) рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок;
 - б) рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта;
 - в) рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду;
 - г) рекламу, выставки, презентации, конкурсы.
9. Какую цель может иметь рекламное обращение к целевой аудитории?
- а) привлечь внимание;
 - б) удержать интерес;
 - в) побуждать к действию, то есть покупки; г) все ответы правильные.
10. Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи:
- а) поиск потенциальных покупателей и детальный анализ потребностей существующих покупателей;
 - б) мотивацию покупателей;
 - в) продажа товаров по цене ниже себестоимости;
 - г) увеличение реальных доходов граждан.
11. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для:
- а) концепции социально-этичного маркетинга;
 - б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
 - в) концепции совершенствования производства;
 - г) концепции совершенствования товара; д) концепции маркетинга
12. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет постоянного совершенствования товара характерна для
- а) концепции социально-этичного маркетинга;
 - б) концепции интенсификации коммерческих усилий;

- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара;
- д) концепции маркетинга.

13. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара в результате принятия соответствующих мер в сфере сбыта и стимулирования характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара; д) концепции маркетинга.

14. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет определения потребностей потребителей и целевых рынков, обеспечение желаемого уровня удовлетворения потребностей с одновременным сохранением или повышением благосостояния потребителя и общества в целом характерна для:

- а) концепции социально-этичного маркетинга;
- б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- в) концепции совершенствования производства;
- г) концепции совершенствования товара; д) концепции маркетинга.

15. Реклама – это элемент:

- а) политики продвижения товара;
- б) товарной политики;
- в) сбытовой политики;
- г) ценовой политики.

16. Комплекс маркетинга включает в себя:

- а) управления предприятием;
- б) совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение);
- в) выбор условий реализации;
- г) ваш вариант ответа.

17. Каналом распределения называют:

- а) способ распространения рекламы;
- б) совокупность организаций и лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю;
- в) способ транспортировки товара; г) оптового посредника

18. К какому элементу системы маркетинговых коммуникаций принадлежит установление и поддержание связей с прессой:

- а) рекламы;
- б) персональной продажи;
- в) пропаганды;
- г) стимулирование сбыта.

19. Спрос на товары эластичный если:
- а) при изменении цены спрос существенно изменяется;
 - б) при изменении цены спрос остается неизменным;
 - в) цена и спрос не зависят друг от друга;
 - г) спрос постоянно растет.
20. Каналы распределения выполняют следующие функции:
- а) закупка и продажа товаров;
 - б) транспортировки и хранения продукции;
 - в) создание торгового ассортимента;
 - г) все ответы правильные.

4й вариант

1. Разработка рекламной стратегии включает:
- а) создание рекламного обращения;
 - б) определение эффективности рекламы; в) создание концепции товара;
 - г) определение целевой аудитории.
2. К внутренним факторам, могут повлиять негативно на продвижение новых товаров на рынок относятся:
- а) усиление законодательных норм; б) увеличение возраста потребителей; в) снижение количества населения;
 - г) несовершенство программы маркетинга.
3. Различают следующие уровни товара:
- а) новый и модифицированный;
 - б) товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением; в) товар с упаковкой; товар без упаковки;
 - г) второй сорт, первый сорт, высший сорт
4. Отбор целевых рынков – это:
- а) удовлетворения всех без исключения потребителей;
 - б) поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется;
 - в) определение места продажи своего товара;
 - г) определение вида продвижения товара.
5. Потребительский рынок формируется:
- а) предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации;
 - б) лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления;
 - в) лицами, которые приобретают товары для продажи;
 - г) предприятиями изготовителями готовой продукции;
6. На поведение покупателей на потребительском рынке влияют такие факторы
- а) культурные факторы (культура, субкультура, социальный класс);

- б) социальные факторы (референтная группа, семья, роли и статусы);
 - в) личные факторы (возраст и этап жизненного цикла, вид деятельности, экономическое положение, образ жизни, тип личности);
 - г) психологические факторы (восприятие, усвоение опыта, взгляды и убеждения);
 - д) все ответы верны.
7. Рынок товаров производственного назначения это:
- а) все организации, скупают товары и услуги для производства других товаров и услуг или для перепродажи или сдачи в аренду с целью получения прибыли;
 - б) все организации, приобретающие товары и услуги для производства других товаров;
 - в) все потребители, приобретающие товары и услуги для их перепродажи с целью получения прибыли;
 - г) все потребители, приобретающие товары и услуги для их сдачи в аренду с целью получения прибыли.
8. Из чего состоит рынок товаров потребительского назначения?
- а) компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации; б) фирм-производителей товаров потребительского назначения;
 - в) покупателей, приобретающих товары для личного пользования.
9. С чем связан ремаркетинг?
- а) снижающимся спросом;
 - б) возрастающим спросом;
 - в) чрезмерным спросом.
10. Кто является основоположником маркетинга:
- а) Альфред Ньюман;
 - б) Клейтон Кристенсен;
 - в) Филип Котлер.
11. Что из перечисленного относят к каналам личной коммуникации?
- а) общение одного лица с аудиторией;
 - б) прямую почтовую рекламу;
 - в) рекламу по телевидению;
 - г) печатную рекламу.
12. Что такое прямой маркетинг?
- а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
 - б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
 - в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
 - г) благожелательное представление товара в СМИ.
13. Хлеб и молоко, которые реализуют населению, относятся к следующей классификационной группе:

- а) товары импульсной покупки;
 - б) товары особого спроса;
 - в) товары постоянного спроса;
 - г) товары предварительного выбора; д) товары пассивного спроса.
14. Сколько процентов составляют затраты фирмы на рекламу? а) 1 % от суммы продаж;
- б) 2-10 % от суммы продаж; в) 20 % от суммы продаж;
 - г) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы.
15. По пирамиде Маслоу индивид сначала хочет удовлетворить:
- а) потребность в любви;
 - б) потребность в безопасности;
 - в) физиологические потребности;
 - г) потребность в саморазвитии.
16. Главное в определении маркетинга:
- а) сбыт товара;
 - б) снижение издержек производства;
 - в) удовлетворение потребностей потребителей; г) установление цены товара.
17. Определите, чем пропаганда отличается от рекламы: а) ее платности;
- б) ее личном характере;
 - в) ее общественном характере; г) она не оплачивается
18. Из чего состоит комплекс маркетинговых коммуникаций?
- а) пяти элементов;
 - б) шести элементов;
 - в) девяти элементов;
 - г) трех элементов.
19. Формирование сегмента по составу семьи относится к:
- а) географическому критерию сегментирования;
 - б) демографическому критерию сегментирования;
 - в) поведенческому критерию сегментирования;
 - г) психографическому критерию сегментирования.
20. Что из данного является обязательным элементом процесса коммуникации?
- а) реклама;
 - б) стимулирование сбыта;
 - в) обратная связь;
 - г) все перечисленные.

Ключи теста №3

п/п.	Вариант №1	Вариант №2	Вариант №3	Вариант №4
1.	3	4	г	а
2.	3	1	г	г
3.	1	2	г	б

4.	1	3	б	б
5.	3	2	а	б
6.	2	3	в	д
7.	3	3	в	а
8.	4	2	б	в
9.	2	4	г	а
10.	3	2	а	в
11.	1	3	в	а
12.	2	2	г	в
13.	4	1	б	в
14.	1	4	а	г
15.	1	2	а	в
16.	4	4	б	в
17.	4	1	б	г
18.	3	3	в	а
19.	2	1	а	б
20.	4	3	г	в

Критерии оценки теста:

Оценка по тесту выставляется пропорционально доле правильных ответов:

90-100% - оценка «отлично»

80-89% - оценка «хорошо»

70-79% - оценка «удовлетворительно»

Менее 70% правильных ответов – оценка «неудовлетворительно».

Оценочные материалы для написания рефератов.

Виды рефератов	
По полноте изложения	Информативные (рефераты-конспекты).
	Индикативные (рефераты-резюме).
По количеству реферируемых источников	Монографические
	Обзорные.

Этапы работы над учебным рефератом:

1) Выбор темы. Тема предоставляется преподавателем. Обучающийся вправе выбрать интересующую его тему по согласованию с педагогом;

2) подбор и изучение источников по теме;

3) прочтение выбранных источников с последующей систематизацией всей информации согласно теме реферата;

4) разработка плана реферата;

5) написание реферата;

6) проверка реферата.

Примерная структура реферата традиционно состоит из трех частей: вступление, основная часть, заключение.

Рейтинг – контроль в форме реализации и защиты рефератов.

Примерные темы рефератов: (курсовой работы):

1. История развития менеджмента как науки.
2. Концепции и функции менеджмента.

3. Характеристика и виду организационных структур управления.
4. Влияние внешней на деятельность.
5. Особенности ведения деловых переговоров.
6. Власть и лидерство: сущность и значение.
7. Виды конфликтов в организации и пути выхода из них».
8. Управление персоналом на предприятии.
9. Мотивация персонала: виды и значение для деятельности фирмы.
10. Коммуникация и коммуникационные процессы в организации.
11. Принятие управленческих решений.
12. Характеристика деловой этики.
13. Жизненный цикл организации.
14. Сущность и значение самоменеджмента.
15. Зарубежный опыт управления организацией.
16. Стратегическое планирование и его значение.
17. Внедрение изменений на предприятии: барьеры и мероприятия, направленные на адаптацию персонала к нововведениям.
18. Харизматичность: сущность, значение и способы развития харизмы.
19. Мероприятия, способствующие повышению конкурентоспособности фирмы.
20. Применение конкурентных стратегий.
21. Основные понятия, принципы и категории маркетинга.
22. Социально-экономическая сущность маркетинга и его цели.
23. Основные функции маркетинга и их составляющие.
24. Культура как коммерческая производственная отрасль.
25. Специфика маркетинга услуг.
26. Понятие продукции в СКС. Услуги УК.
27. Маркетинговая информация как основное средство анализа рыночных возможностей.
28. Маркетинговые исследования в сфере культуры: этапы проведения, методы и средства.
29. Паблик рилейшнз в концепции маркетинга.
30. Маркетинговые исследования: виды и методы.
31. Классификация потребительских товаров в маркетинге.
32. Современные интернет-коммуникации: новые горизонты продаж. Язык коммерческой и политической рекламы.
33. Микросреда маркетинга и ее основные определяющие факторы.
34. Маркетинг как основа современного бизнеса.
35. Рекламная стратегия компаний. Киномаркетинг.
36. Маркетинговый бизнес-план.
37. Мерчендайзинг – искусство торговли.
38. Разработка товарной марки продукции.

39. Особенности проведения маркетинговых исследований.

Критерии и показатели оценивания учебного реферата

Оценки	Показатели
Новизна реферированного текста Макс. - 20 баллов	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений
Степень раскрытия сущности проблемы Макс. - 30 баллов	соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы
Обоснованность выбора источников Макс. - 20 баллов	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению Макс. - 15 баллов	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность Макс. - 15 баллов	отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.
<p><i>Оценивание реферата</i> Реферат оценивается по 100 балльной шкале, балы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 86 – 100 баллов – «отлично»; • 70 – 75 баллов – «хорошо»; • 51 – 69 баллов – «удовлетворительно»; • мене 51 балла – «неудовлетворительно». <p>При оценивании реферата в системе «зачтено»-«не зачтено», «зачтено» ставится за реферат от 51 балла.</p>	

Оценочные материалы для промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация может проводиться в качестве защиты курсовой, письменной форме (контрольная работа) и в форме тестирования.

Банк вопросов и заданий для зачета

1. Технология контроля в отрасли культуры.
2. Тейлоризм – научная школа управления.
3. Виды учета и учетная документация учреждений культуры.
4. Школа администрирования – научная школа управления.

5. Бизнес план — основа деятельности фирмы.
6. Формирование классической школы управления.
7. Технология планирования деятельности в социально-культурной сфере.
8. История развития менеджмента в России.
9. Типология управленческих решений.
10. Функции менеджера и предпринимателя.
11. Порядок назначения на должность и порядок освобождения от должности.
12. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики государства.
13. Разработка организационных документов (устав, должностная инструкция, контракт).
14. Сопричастный менеджмент.
15. Социокультурное программирование в системе управленческих решений.
16. Сущность и содержание менеджмента СКД.
17. Информационные системы социально-культурного менеджмента.
18. Функции и принципы менеджмента.
19. Система повышения квалификации работников культуры.
20. Заработная плата работников культуры: тарифная сетка, стимулирующие выплаты.
21. Подходы к управлению маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.
22. Цели системы маркетинга.
23. Этапы процесса управления маркетингом.
24. Культура как коммерческая производственная отрасль.
25. Позиционирование товара на рынке
26. Разработка комплекса маркетинга: определение и основные составляющие.
27. Система маркетинговой информации.
28. Этапы проведения маркетингового исследования.
29. Выбор целей маркетингового исследования.
30. Способы сбора первичных данных.
31. Маркетинговая среда: основные факторы микросреды функционирования фирмы.
32. Четыре основных типа конкурентов.
33. Разновидности контактных аудиторий фирмы.

34. Основные факторы макросреды функционирования фирм: демографические и экономические.
35. Основные факторы макросреды функционирования фирм: культурные, природные и научно-технические.
36. Специфика маркетинга услуг.
37. Модель поведения потребителя: культурные, социальные, личностные и психологические факторы.
38. Разработка новой продукции.
39. Основные принципы сегментирования потребительских и деловых рынков.
40. Определение маркетинга и его роли в современном обществе

Оценивание ответа на зачете:

«зачтено» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами и др.); в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя студент давал четкие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.

«не зачтено» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (фактах, понятиях, терминах); в ответе отсутствуют выводы, сформированности умений не показаны.

Критерии оценивания компетенций:

Высокий уровень – оценка 5 «зачтено»:

- ✓ обучающийся продемонстрировал глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, дискуссионность данной проблематики,
- ✓ умение связать теорию с возможностями ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения, владение методиками исследований, методами проектных решений;

Продвинутый уровень – оценка 4 «зачтено»:

- ✓ обучающийся продемонстрировал твердые знания программного материала, умение выбирать конкретные методы решения сложных задач, но при этом допустимы несущественные неточности в ответе на вопрос и при применении теоретических положений при решении практических задач;

Пороговый уровень – оценка 3 «зачтено»:

- ✓ обучающийся показал знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической

последовательности в изложении программного материала, умение решать простые задачи на основе базовых знаний и заданных алгоритмов действий, испытывать затруднения при решении практических задач;

Допороговый уровень – оценка 2 «незачтено»:

✓ обучающийся демонстрирует незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2022. – 559 с. – (Высшее образование). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/488718>.
2. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум / С. Г. Коленько. – Москва: Юрайт, 2023. – 370 с. – (Высшее образование). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/511453>.

6.2. Дополнительная литература

1. Байрнс, У. Д. Менеджмент и культура / У. Д. Байрнс. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с. – (Исследования культуры). – Текст: электронный // Университетская библиотека ONLINE: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577242>.
2. Шекова, Е. Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры: практикум / Е. Л. Шекова, Г. Л. Тульчинский. – 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2023. – 156 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/278816>.
3. Юдина, А. И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сфере культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности: учебное пособие / А. И. Юдина. – Кемерово: КемГИК, 2018. – 127 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/121931>
4. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2023. – 268 с. – (Высшее образование). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/515455>.

6.3. Периодические издания

Библиотечный фонд обеспечен литературой, необходимой для реализации учебного процесса по программе дисциплины. Каждому обучающемуся обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда,

включающие периодические издания: Журнал «Балет»; Высшее образование в России; Культурная жизнь Юга России; Музыкальная академия; Музыка и время; Музыкальная жизнь; Музыкальное обозрение; Музыковедение; Культура. Культурология; Справочник руководителя учреждения культуры; Театральная жизнь; Традиционная культура; Художественное образование; Этнографическое обозрение; Южно-российский музыкальный альманах.

Электронная библиотечная система Института обеспечивает доступ к каталогу периодических изданий, подписным базам данных свободного доступа, ресурсам подписных ЭБС «IPR books», «Лань», «Юрайт», коллекция «Легендарные книги», Нотный архив Бориса Тараканова.

6.4. Интернет-ресурсы

Электронные ресурсы, к которым обеспечен доступ обучающихся:

Министерство науки и высшего образования РФ <https://minobrnauki.gov.ru/>

Министерство просвещения Российской Федерации <https://edu.gov.ru/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки

<https://obrnadzor.gov.ru/>

Федеральный портал «Российское образование» <https://edu.ru/>

Электронное периодическое издание ЭБС "Лань"

<https://skgii.ru/sveden/objects/www.e.lanbook.com>

Электронная библиотечная система "Юрайт" <https://urait.ru/>

Электронная библиотечная система IPR books

<https://skgii.ru/sveden/objects/www.iprbookshop.ru>

Система анализа текстов на наличие заимствований (Антиплагиат) -

<https://skgii.antiplagiat.ru/>

6.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Методы и средства организации и реализации образовательного процесса по дисциплине (модулю) Б1.В.В.02 Менеджмент и маркетинг в сфере культуры.

- в форме контактной работы обучающихся с преподавателем;
- в форме самостоятельной работы обучающихся.

Образовательная деятельность состоит из аудиторных и внеаудиторных занятий, которые содержат:

- занятия лекционного типа
- занятия семинарского типа (семинары, практические занятия и иные аналогичные занятия, и (или) групповые консультации;
- индивидуальную работу обучающихся с преподавателем.
- самостоятельная работа студентов;
- консультация
- мастер-классы преподавателей и приглашенных специалистов;

Лекция. Для проведения лекций по дисциплине используется различные типы лекций: вводная, мотивационная (способствующая проявлению интереса к осваиваемой дисциплине), подготовительная (готовящая обучающегося к более сложному материалу), интегрирующая (дающая общий теоретический анализ предшествующего материала), установочная (направляющая обучающегося к источникам информации для

дальнейшей самостоятельной работы), междисциплинарная. Содержание и структура лекционного материала направлены на формирование у студента соответствующих компетенций и соотносится с выбранными преподавателем методами контроля.

Практическое занятие имеет разновидности: семинар и творческое интерактивное занятие.

- а) *Семинар* – практическое занятие, являющееся дополнением лекционных занятий. Семинары проходят в различных диалогических формах – дискуссии, презентации, анализ конкретных ситуаций.
- б) *Творческое интерактивное занятие* – индивидуальное или мелкогрупповое занятие, предполагающие приоритетное использование интерактивных форм обучения.

В соответствии с учебным планом на каждую тему выделено необходимое количество часов семинарских занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам.

Подготовка к семинарским занятиям:

В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо выработать конспект лекции, определить и проработать основную и дополнительную литературу, структурировать практические задания. При подготовке к семинарским занятиям по дисциплине необходимо использовать несколько источников, раскрывающих тематические вопросы.

На семинарских занятиях обучающиеся должны уметь излагать основную проблему, свободно выражать мысли и суждения, рассматривать ситуации. Все эти факторы способствуют выработке профессиональной компетентности. Следует иметь в виду, что подготовка к практическому занятию зависит от формы, места проведения семинара, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание доклада, эссе, реферата (с последующим их обсуждением), коллоквиум.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся – способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих студенту в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной

работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;

– модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую; – исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
2. Выполнение рефератов;
3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Содержание аудиторно-групповой и самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Подготовка к практическим занятиям:

1. Повторение изученного материала. Для этого используются конспекты лекций, рекомендованная основная и дополнительная литература;
2. Углубление знаний по теме. Использовать расширенный поиск информации условной темы (словари, энциклопедические издания, интернет-ресурсы);
3. Составление развернутого плана выступления (выжимка, самопрезентация, конспект, тезисы)

Работа с информационными компьютерными технологиями предполагает разработку преподавателем заданий с использованием Интернет-технологий. Подобные задания для самостоятельной работы могут быть направлены на:

- поиск и обработку информации;
- организацию взаимодействия в сети;
- задания по созданию web-страниц;
- выполнение проектов;
- создание моделей.

Задания на поиск и обработку информации могут включать: написание реферата-обзора; рецензию на сайт по теме; анализ литературы и источников в сети на данную тему, их оценивание; написание своего варианта плана лекции; подготовку доклада; составление библиографического списка; анализ обсуждения актуальных проблем.

Написание рефератов и докладов. Реферат представляет собой сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами. Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п.

Процесс написания реферата включает: выбор темы; подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение; составление плана; написание текста работы и ее оформление; устное изложение реферата. Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. В рабочей программе приведена примерная тематика рефератов. Студент вправе определить собственную тему для исследования, согласовав ее с научным руководителем.

Реферат должен включать: введение, основное содержание и заключение, Общий объем реферата предполагает 20-25 листов.

Технические требования к оформлению реферата следующие. Реферат оформляется на листах формата А4, с обязательной нумерацией страниц, причем номер страницы на первом, титульном, листе не ставится. Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль. На титульном листе реферата нужно указать: название учебного заведения, факультета, номер группы и фамилию, имя и отчество автора, тему, место и год его написания.

Работа с литературой. Овладение методическими приемами работы с литературой одна из важнейших задач обучающегося. Работа с литературой включает следующие этапы:

- Предварительное знакомство с содержанием;
- Углубленное изучение текста с преследованием следующих целей: усвоить основные положения; усвоить фактический материал; логическое обоснование главной мысли и выводов.
- Составление плана прочитанного текста. Это необходимо тогда, когда работа не конспектируется, но отдельные положения могут пригодиться на

занятиях, при выполнении курсовых, выпускных квалификационных работ, для участия в научных исследованиях.

- Составление тезисов.

Задания на организацию взаимодействия в сети предполагают: обсуждение состоявшегося или предстоящего события, лекции; работа в списках рассылки; общение в синхронной телеконференции (в чате) со специалистами или обучающимися других групп или вузов, изучающих данную тему; обсуждение возникающих проблем в отсроченной телеконференции; консультации с преподавателем и другими обучающимися через отсроченную телеконференцию; консультации со специалистами через электронную почту.

Для успешной реализации образовательного процесса в Институте применяются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач и пр. Продуктивность взаимодействия обучающегося с преподавателем связана с применяющимися образовательными ресурсами сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, при этом пользователям достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету. Использование сетей координирует учебный процесс, трансляция задания и методических указаний через сервер способствует возможному соответствию личных достижений с необходимыми для выполнения работ трудозатратами.

Методические рекомендации для подготовки к зачету.

Зачет в первом семестре является формой итогового контроля знаний и умений, обучающихся по данной дисциплине, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы. Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой.

К зачету допускаются по результатам текущего и промежуточного контроля, с учетом посещения занятий и активности участия в открытых занятиях, семинарах, конференциях и творческих мероприятиях.

В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

Подготовка обучающегося к зачету включает три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы зачета.

При подготовке к зачету обучающимся целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, нормативные документы, основную и дополнительную литературу.

Подготовка к зачету должна проводиться на основе лекционного материала, материала практических занятий с обязательным обращением к основным учебникам по курсу. Это позволит исключить ошибки в понимании

материала, облегчит его осмысление, прокомментирует материал многочисленными примерами.

На зачет выносятся материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр.

Зачет проводится в письменной / устной форме или в форме тестовых испытаний. При проведении письменного зачета на работу отводится 60 минут. Результат устного (письменного) зачета выражается формой аттестации «зачтено» или «не зачтено».

6.6. Программное обеспечение

Для успешной реализации образовательного процесса в Институте применяются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач и пр. Продуктивность взаимодействия обучающегося с преподавателем связана с применяющимися образовательными ресурсами сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, при этом пользователям достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету. Использование сетей координирует учебный процесс, трансляция задания и методических указаний через сервер способствует возможному соответствию личных достижений с необходимыми для выполнения работ трудозатратами.

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными лицензионным и свободно распространяемым программным обеспечением: Windows; Microsoft Office; Adobe Reader;

Электронно-библиотечная система СКГИИ: Базы ЭИОС:

1. Электронная библиотечная система IPR books www.iprbookshop.ru
(Лицензионный договор №11 472/24П (неисключительная лицензия) от 11/04/2024 на 12 месяцев, ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа»
<https://cloud.mail.ru/public/uCnf/9b2famzso>;
2. Электронная библиотечная система "Лань" www.e.lanbook.com
(Лицензионный договор № 132 на предоставление права использования программного обеспечения) от 18/09/2024, ООО «Издательство ЛАНЬ»
<https://cloud.mail.ru/public/uCnf/9b2famzso>;

Платформы для использования в ЭИОС:

ООО «Вебинар-технологии» <https://cloud.mail.ru/public/uCnf/9b2famzso>;

ООО «ЭйВиДи-систем» <https://cloud.mail.ru/public/uCnf/9b2famzso>

информационные справочные системы:

Справочная правовая система «КонсультантПлюс».

URL: <https://www.consultant.ru/>

Портал ГАРАНТ.РУ. – URL: <https://www.garant.ru>

Портал Гарант-образование <https://edu.garant.ru/>

International Music Score Library Project (www.imslp.org)

электронный портал «Культура» <https://www.culture.ru/>
электронный федеральный портал «Российское образование» (www.edu.ru)
база данных Российской Государственной библиотеки по искусству
(www.liart.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Кафедра хореографии СКГИИ, располагает необходимым материально-техническим обеспечением для реализации дисциплины (модуля).

Для реализации дисциплины (модуля) обучающимся предоставлены помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, а также помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Перечень материально-технического обеспечения включает:

Учебная аудитория № 415 оснащено комплектом учебной мебели – 28 посадочных мест, компьютерной техникой (интерактивная доска, проектор, системный блок, монитор) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде СКГИИ.

• **Помещение для самостоятельной работы обучающихся № 409** оснащено комплектом учебной мебели – 12 посадочных мест, компьютерной техникой (проектором, экраном для проектора, системным блоком, мониторами) с возможностью подключения сети «интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СКГИИ.

• **Читальный зал/Электронный читальный зал/Библиотека.** Оснащены комплектом учебной мебели на 16 посадочных мест, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде СКГИИ. Компьютерная техника обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда СКГИИ обеспечивают доступ (удаленный доступ) обучающимся к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Большое внимание СКГИИ уделяет обеспечению информационной безопасности. Действующая в институте система информационной безопасности обеспечивает антивирусную защиту потока входящих и исходящих сообщений, защиту от спама, защиту от несанкционированного доступа из публичных сетей в корпоративную сеть, блокирование доступа к нежелательным ресурсам глобальных сетей, резервное копирование баз данных серверов, а также, антивирусную проверку компьютеров конечных пользователей.

8. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Процесс освоения дисциплины Б1.В.В.02 «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» осуществляется в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса с учетом психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся.

Образовательный процесс для лиц с ОВЗ и инвалидов реализуется в следующих формах:

- в общих группах (совместно с другими обучающимися);
- частично в общих группах;
- частично в общих группах, частично по индивидуальному плану;
- по индивидуальному плану;

с использованием дистанционных образовательных технологий.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования.

В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институтом обеспечивается:

1. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые):

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, видеоувеличителей, программ невидимого доступа к информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями зрения;

- задания для выполнения на экзамене зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистентом обучающемуся;

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие): на зачете/экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку); зачет/экзамен проводится в письменной форме.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Институтом созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения СКГИИ, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

Доступ к электронным образовательным ресурсам обеспечивается в том числе через электронные информационно-образовательные системы

института: официальный сайт Северо-Кавказского государственного института искусств (адаптирован для лиц с нарушением зрения); студенческая газета «Artbook».

Информационные ресурсы библиотеки СКГИИ адаптированы для использования лицами с ОВЗ: имеются учебные пособия для слабовидящих, аудио- и видеоиздания, электронно-библиотечная система «Лань» с возможностью дистанционного доступа к электронным изданиям вне стен учебного заведения лицам с ограниченными возможностями здоровья. В читальном зале имеется доступ к фондам ЭБС «Лань»; электронному каталогу библиотеки; электронной библиотеке СКГИИ «Труды преподавателей СКГИИ». Имеется возможность индивидуальной работы с аудио и видео ресурсами в режиме прослушивания и просмотра необходимых источников для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для осуществления процедуры текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации: создаются специализированные фонды оценочных средств, адаптированные для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, позволяющие оценить достижения запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень форсированности компетенций; обучающимся с ОВЗ и инвалидам предоставляется право выбора, с учетом индивидуальных психофизических особенностей, формы проведения текущей и итоговой аттестации (устно, письменно, с использованием технических средств, в форме тестирования и др.); для подготовки ответов на экзамене промежуточной и итоговой аттестации обучающимся с ОВЗ и инвалидам может быть предоставлено дополнительное время и специальные технические средства, возможно привлечение ассистентов.

Доступ в помещения СКГИИ оснащен пандусами и поручнями; в аудиториях на первом этаже, где проводятся учебные занятия и итоговые испытания для лиц с ограниченными возможностями здоровья, расширены дверные проемы. В стандартных аудиториях на первом этаже, для обучающихся, передвигающихся в кресле-коляске, выделяются 1-2 первых стола в ряду у дверного проема (при наличии обучающихся с ОВЗ).

9. Дополнение и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)

Лист изменений (дополнений) в рабочей программе дисциплины (модуля) Б1.В.В.02 Менеджмент и маркетинг в сфере культуры по направлению подготовки Хореографическое искусство, профиль Педагогика (уровень Магистратура) на 20__ - 20__ учебный год.

№п/п	Элемент (пункт) РПД	Перечень вносимых изменений(дополнений)	Примечание

Рабочая программа составлена с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 52.04.01 Хореографическое искусство, профиль: Педагогика.

Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры культурологии

Протокол № 11 от «27» июня 2025 г.

Зав. кафедрой, культурологии,
профессор, кандидат философских наук

М.О. Шаваева