

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
врио ректора

Сертификат: 00f1233eba3405dd3da37c46e08d7ca920
Основание: УТВЕРЖДАЮ
Дата утверждения: 21 июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**«Менеджмент и маркетинг в сфере народной
художественной культуры»**

Наименование ОПОП: Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества

Направление подготовки: 51.03.02 Народная художественная культура

Форма обучения: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: проектной деятельности в медиаиндустрии

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 астроном. час. / 4 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 56,3 час.

самостоятельная работа: 51,7 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
активная работа на занятии (вопросы для обсуждений)	8
выполнение письменного тестового задания	8
выступление на научной конференции по теме дисциплины	8
выступление с докладом	8
подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	8
присутствие на занятии	8
участие в общественно-полезном или культурном мероприятии, связанном с дисциплиной	8
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	8

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура (приказ Минобрнауки России от 06.12.2017 г. № 1178)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества» по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура

Составитель(и):

Сорвина Т.А., Проф. кафедры , к.э.н.

Рецензент(ы):

Скобелев В.Л., доцент кафедры телевидения, к.э.н.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета телевидения, дизайна и фотографии

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Е.В. Константинова

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель(и) дисциплины:

формирование системы теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективного управления деятельностью современной организацией в сфере народной художественной культуры, развитие способности и готовности адекватно и эффективно использовать их для достижения целей развития организации.

Задачи дисциплины:

1. Изучить основные концепции менеджмента и роль ведущих представителей научных школ.
2. Освоить базовую терминологию и понятия менеджмента как научной дисциплины.
3. Получить представление о роли, функциях и задачах менеджера в современной организации.
4. Понять особенности применения маркетинга в сфере народной художественной культуры.
5. Обрести навыки оценки ситуации в соответствии с условиями внешней и внутренней среды организации, осуществляющей деятельность в сфере народной художественной культуры.
6. Развить способность в обосновании и выборе управленческих решений на основе применения современных методов эффективного управления организацией.
7. Понять особенности и различия управления субъектами рынка в сфере народной художественной культуры.

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Методика руководства студией кино-, фото- и видеотворчества

Организация и руководство народным художественным творчеством

Педагогическая практика

Музейно-выставочная работа

Педагогика и психология

Проектно-технологическая практика

Экономика культуры

Мировая художественная культура

Теория и история народной художественной культуры

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:
нет последующих дисциплин

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Универсальные компетенции

УК-2 — Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-2.1 — Определяет взаимосвязь и последовательность решения задач в рамках

поставленной цели .

Умеет: находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, нести за них ответственность;

Владеет: навыками обоснования управленческих решений в рамках поставленной цели.

УК-6 — Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

УК-6.1 — Использует методы планирования и управления своим временем при достижении краткосрочных и долгосрочных целей .

Умеет: пользоваться необходимыми экономическими знаниями при достижении целей профессиональной деятельности.

Владеет: методами тайм-менеджмента.

Общепрофессиональные компетенции

ОПК-1 — Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике;.

ОПК-1.2 — Применяет принципы, методики и технологии социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике.

Знает: методы маркетинговых исследований в рамках социокультурного проектирования;

Умеет: оценивать эффективность маркетинговой деятельности в рамках социокультурного проектирования;

Владеет: методами разработки и реализации маркетинговых программ в профессиональной деятельности и социальной практике.

Профессиональные компетенции

Вид деятельности: организационно-управленческий.

ПК-3 — Способность выполнять функции художественного руководителя студий, кино-фото-видеотворчества и досуговых центров.

ПК-3.2 — Разрабатывает стратегические и перспективные планы развития студий, кино-фото-видеотворчества и досуговых центров.

Знает: теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации культуры в рамках разработки перспективных планов.

Умеет: использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, для принятия управленческих решений при составлении стратегических планов развития учреждений культуры.

Владеет: методами формулирования и реализации стратегий маркетинга для достижения стратегических целей учреждений культуры.

2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 астроном. час. / 4 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 56,3 час.

самостоятельная работа: 51,7 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	8

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	8	Итого
Лекции	27	27
Практические	27	27
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	48	48
Самостоятельная работа во время сессии	3,7	3,7
Итого	107,7	107,7

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Эволюция науки и практики управления.

Условия и предпосылки возникновения менеджмента за рубежом и в России. Историческая периодизация развития менеджмента.

Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Роль менеджера в управлении предприятием. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. Классификация видов менеджмента.

Тема 2. Современные системы управления и виды менеджмента по объектам управления.

Состояние управления современной российской макро- и микроэкономикой. Необходимость совершенствования организации управления в России. Опыт менеджмента за рубежом, возможности и пути использования его в России.

Цели и система управления предприятиями. Построение организационных структур.

Методы современного менеджмента. Типология методов управления и область их применения.

Организационный, стратегический, тактический и оперативный менеджмент. Принципы и основные элементы менеджмента.

Тема 3. Менеджмент персонала.

Основные качества менеджера, особенности его работы. Этика делового общения. Корпоративная культура и организационное поведение. Система мотивации. Управление конфликтами, психология менеджмента.

Тема 4. Производственный и инновационный менеджмент.

Управление основными, вспомогательными и обеспечивающими процессами, в результате которых производятся товары, поставляемые организацией на рынок.

Управление материализацией (овеществлением) творческой деятельности людей по созданию продуктов, которые техническими, организационными, экономическими характеристиками превосходят существующие или не имеют себе аналогов.

Сущность и процесс инновационного менеджмента.

Тема 5. Финансовый менеджмент.

Управление движением финансовых ресурсов и управление финансовыми отношениями, возникающими между хозяйственными субъектами в процессе движения финансовых ресурсов.

Методы обоснования бизнес-планов предприятий и их мониторинг.

Эккаутинг-менеджмент. Управление процессами сбора, обработки и анализа данных о работе организации, сравнением с базовыми и плановыми показателями других организаций с целью своевременного выявления нерешенных вопросов и установления резервов для более полного использования потенциала организации.

Тема 6. Антикризисный менеджмент.

Особое значение антикризисного менеджмента. Управление рисками, антикризисное управление. Пути повышения эффективности менеджмента.

Тема 7. Особенности применения маркетинга в НХК

Маркетинг и его роль в сфере НХК: особенности формирования и функции. Эволюция представлений о нуждах, потребностях, спросе. Характеристика рынков и рыночной деятельности. Потребительские и деловые рынки. Внешняя и внутренняя среда социального маркетинга. Потребители. Конкуренты. Признаки и методы выделения сегмента рынка. Сегментация по потребностям (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая и др.). Матричный формат сегментации рынка идей. Сегментация по параметрам продукта. Сбытовая сегментация. Сбытовой сегмент рынка и критерии его выделения.

Тема 8. Организация маркетинговых исследований в НХК

Информационные системы маркетинга. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований в НХК. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Методы изучения потребителей и конкурентов в НХК. Разработка плана исследований. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Исследование факторов, влияющих на поведение потребителей. Методы анализа. Прогнозирование индивидуального и массового спроса (экстраполяция, экспертные оценки, математическое моделирование, механистическое прогнозирование). Отчет о проведении исследований. Взаимодействие со специализированными центрами маркетинговых исследований. Исследование спроса и факторов, определяющих спрос. Внешняя и внутренняя среда для сферы культуры и традиций.

Тема 9. Маркетинговые технологии и стратегии в НХК

Избирательная, товарная, рыночная специализация. Полный охват рынка. Методика конкурентного дифференцирования продуктов, услуг, персонала, каналов распределения.

Стратегия позиционирования, репозиционирования, самопозиционирования.

Концепции конкурентной маркетинговой стратегий и их применение в НХК. Стратегическое маркетинговое планирование и проблемы. Процесс разработки стратегии. Антикризисные стратегии маркетинга. Дифференцирование и позиционирование рыночного предложения. Управление стратегиями жизненного цикла. Стратегическое планирование бизнеса. Партнерские отношения как стратегия.

Позиционирование услуг в сфере культуры. Продукция сферы искусства. Методы создания товаров в сфере культуры. Создание каналов сбыта. Влияние моды. Ценовая политика и ценообразование.

Особенности рыночного продукта и управления маркетингом прикладного народного творчества. Реклама и бренды.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Эволюция науки и практики управления.	3	0	0	3	0	0	6
2	Современные системы управления и виды менеджмента по объектам управления.	3	0	0	3	0	0	6
3	Менеджмент персонала.	3	0	0	3	0	0	6
4	Производственный и инновационный менеджмент.	3	0	0	3	0	0	6
5	Финансовый менеджмент.	3	0	0	3	0	0	6
6	Антикризисный менеджмент.	3	0	0	3	0	0	6
7	Особенности применения маркетинга в НХК	3	0	0	3	0	0	6
8	Организация маркетинговых исследований в НХК	3	0	0	3	0	0	6
9	Маркетинговые технологии и стратегии в НХК	3	0	0	3	0	0	6
	ВСЕГО	27	0	0	27	0	0	54

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Эволюция науки и практики управления.».	3
2	Тема: «Современные системы управления и виды менеджмента по объектам управления.».	3
3	Тема: «Менеджмент персонала.».	3
4	Тема: «Производственный и инновационный менеджмент.».	3
5	Тема: «Финансовый менеджмент.».	3

6	Тема: «Антикризисный менеджмент.»	3
7	Тема: «Особенности применения маркетинга в НХК ».	3
8	Тема: «Организация маркетинговых исследований в НХК».	3
9	Тема: «Маркетинговые технологии и стратегии в НХК».	3

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
активная работа на занятии (вопросы для обсуждений)	8
выполнение письменного тестового задания	8
выступление на научной конференции по теме дисциплины	8
выступление с докладом	8
подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	8
присутствие на занятии	8
участие в общественно-полезном или культурном мероприятии, связанном с дисциплиной	8
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	8

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждений)

Тема 1. Эволюция науки и практики управления.

1. Историческая периодизация развития менеджмента.
2. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики.
3. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности.
4. Классификация видов менеджмента.

Тема 2. Современные системы управления и виды менеджмента по объектам управления.

1. Цели и система управления предприятиями.
2. Построение организационных структур.
4. Методы современного менеджмента.
5. Организационный, стратегический, тактический и оперативный менеджмент.
6. Принципы и основные элементы менеджмента.

Тема 3. Менеджмент персонала.

1. Основные качества менеджера, особенности его работы.
2. Этика делового общения.
4. Корпоративная культура и организационное поведение.
5. Система мотивации.
6. Управление конфликтами, психология менеджмента.

Тема 4. Производственный и инновационный менеджмент.

1. Сущность производственного менеджмента.
2. Методы производственного менеджмента.
3. Сущность и процесс инновационного менеджмента.
4. Процесс управления инновационной деятельностью.

Тема 5. Финансовый менеджмент.

1. Управление движением финансовых ресурсов и управление финансовыми отношениями.
2. Методы обоснования бизнес-планов предприятий и их мониторинг.
3. Эккаунтинг-менеджмент.

Тема 6. Антикризисный менеджмент.

1. Особенности антикризисного менеджмента.
2. Управление рисками, антикризисное управление.
3. Диагностика состояния предприятия.

Тема 7. Особенности применения маркетинга в НХК

1. Маркетинг и его роль в сфере НХК: особенности формирования и функции.
2. Характеристика рынков и рыночной деятельности. Потребительские и деловые рынки.
3. Внешняя и внутренняя среда социального маркетинга.
4. Сегментация рынка.

Тема 8. Организация маркетинговых исследований в НХК

1. Информационные системы маркетинга.
2. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований в НХК. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации.
3. Методы изучения потребителей и конкурентов в НХК.
4. Исследование факторов, влияющих на поведение потребителей.
5. Исследование спроса и факторов, определяющих спрос.

Тема 9. Маркетинговые технологии и стратегии в НХК

1. Стратегия позиционирования, репозиционирования, самопозиционирования.
2. Концепции конкурентной маркетинговой стратегий и их применение в НХК.
3. Позиционирование услуг в сфере культуры. Продукция сферы искусства.
4. Методы создания товаров в сфере культуры.
5. Особенности рыночного продукта и управления маркетингом прикладного народного творчества.

Тестовые задания:

1. Планирование, организация, регулирование и контроль - это:

- a) обязанность менеджера
- b) функции менеджмента
- c) этапы планирования
- d) новый метод управления

2. В теории менеджмента к функциям управления относятся:

- a) контроль
- b) финансовый менеджмент
- c) маркетинг
- d) ценообразование

3. Основоположник научной школы управления:

- a) Ф.Тейлор
- b) А.Файоль
- c) Э.Мэйо
- d) А.Богданов

4. Основоположник административной (классической) школы управления:

- a) Ф.Тейлор
- b) А.Файоль
- c) Э.Мэйо
- d) А.К. Альдерфер

5. Менеджмент, как наука об управлении, стала рассматриваться с появлением:

- a) современных количественных методов обоснования управленческих решений
- b) школы "человеческих отношений"
- c) достижений психологической и социологической наук, оказывающих решающее воздействие на человека в системе управления
- d) классической школы управления

Темы докладов

1. Специфика управления организациями в сфере НХК.
2. Содержание и назначение культурно-творческой деятельности как вида социально-культурной деятельности.
3. Учреждения культуры: социальные функции, типы, содержание деятельности.
4. Классификация ведущих институтов в сфере НХК.
5. Роль маркетинговых исследований в обеспечении управленческого процесса в сфере НХК.
6. Эффективность управления организацией в сфере НХК: критерии оценки.
7. Особенности маркетинговой деятельности в сфере НХК.
8. Стратегии управления организациями, осуществляющими деятельность в сфере НХК.
9. Особенности комплекса маркетинга организаций, осуществляющих деятельность в сфере НХК.
10. Формирование системы маркетинговых коммуникаций осуществляющих деятельность в сфере НХК.
11. Стратегия управления персоналом.
12. Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия.
13. Организационная структура аппарата управления и стратегия внешнеэкономической деятельности.
14. Система стратегического внутрифирменного планирования организации.
15. Система планов организации.
16. Бизнес-планирование.
17. Основные условия реализации стратегии.
18. Стратегия и организационная структура.
19. Стратегия и система управления.
20. Стратегия и персонал.
21. Стратегия и организационная культура.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к зачету:

1. Истоки возникновения и развития теории управления. Виднейшие представители 19 века.
2. Научная школа менеджмента: ведущие представители и основные разработки.
3. Вклад представителей российской науки в развитие теории менеджмента.

4. Административная (классическая) школа менеджмента: ведущие представители и основные разработки.
5. Школа человеческих отношений и поведенческих наук менеджмента: ведущие представители и основные разработки.
6. Мотивация и стимулирование, содержательные и процессуальные теории мотивации.
7. Американская, японская и маркетинговая модели управления.
8. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности.
9. Виды менеджмента по объектам управления. Организационный менеджмент: принципы и основные элементы.
10. Виды менеджмента по объектам управления. Стратегический менеджмент: принципы и основные элементы.
11. Виды менеджмента по объектам управления. Tактический менеджмент: принципы и основные элементы.
12. Виды менеджмента по объектам управления. Оперативный менеджмент: принципы и основные элементы.
13. Цели и система управления предприятиями. Виды организационных структур предприятия, централизация и децентрализация в организации.
14. Понятие внешней среды организации, методы анализа внешней среды.
15. Системный подход в теории и практике управления.
16. Ситуационный подход в теории и практике управления.
17. Методы современного менеджмента. Типология методов управления и область их применения.
18. Корпоративная культура и организационное поведение. Управление конфликтами, психология менеджмента.
19. Цели и задачи производственного менеджмента. Функции управления производственным процессом.
20. Формирование производственных программ и организация работы по их выполнению.
21. Структура и взаимосвязь элементов системы управления производством.
22. Основные принципы и задачи управления финансами.
23. Основные понятия и показатели финансового менеджмента.
24. Методы снижения совокупного риска, связанного с предприятием.
25. Понятие маркетинга на современном этапе. Цели и сущность маркетинга.
26. Этапы развития маркетинга. Концепции маркетинга.
27. Спрос и предложение на рынке товаров и услуг
28. Понятие рыночного сегмента. Необходимость сегментирования рынка.
29. Существующие модели рынка и их условия функционирования.
30. Позиционирование товара.
31. Методы маркетинговых исследований.
32. Жизненный цикл товара. Политика маркетинга на разных этапах ЖЦТ.
33. Стратегии охвата рынка: массовый, концентрированный, дифференцированный.
34. Ценообразование в маркетинге. Функции цены продажи. Методологический подход к назначению цены
35. Каналы распределения, их функции и число.
36. Классификация планов маркетинга по продолжительности, охвату и методу разработки. Контроль за исполнением плана
37. Маркетинг и его роль в сфере НХК: особенности формирования и функции.
38. Цель, задачи, функции и принципы инновационной деятельности.
39. Возникновение, становление и основные черты инновационного управления.
40. Инновационный процесс: характеристика этапов.
41. Организационно-правовые структуры в инновационной деятельности.
42. Инфраструктура инновационной деятельности.

43. Государственное регулирование инновационной деятельности.
44. Экономический цикл и его разновидности
45. Симптомы предкризисного состояния организации. Типы кризисов в организациях
46. Риск и основные методы управления рисками.

6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Обязательная аудиторная работа			
Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждений)	2	18	36
Выполнение письменного тестового задания	12	1	12
Присутствие на занятии	0,5	36	18,0
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	4	1	4
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Участие в общественно-полезном или культурном мероприятии, связанном с дисциплиной	10	1	10
Подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	15	1	15
Выступление на научной конференции по теме дисциплины	15	1	15
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.1. Литература

1. Тульчинский, Григорий Львович. Менеджмент специальных событий в сфере культуры [Текст] : учебное пособие для студентов (бакалавров и магистров) / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; ред. Е. А. Малахова. - Санкт-Петербург. Москва. Краснодар : Лань. - [Б. м.] : ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2010. - 384 с. : ил. - (Высшая школа экономики). - Библиогр.: с. 375. - ISBN 978-5-8114-0956-3
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
2. Переверзев, Марсель Петрович. Менеджмент в сфере культуры и искусства [Текст] : учебное пособие для вузов: рекомендовано методсоветом по направлению / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 192 с. - (Высшее образование - бакалавриат). - Библиогр.: с. 188. - ISBN 978-5-16-006927-2
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>

7.2. Интернет-ресурсы

1. Портал корпоративного менеджмента

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Office

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

База данных мер поддержки кинематографии в России «Фонд кино» <http://www.fond-kino.ru/>

Справочная правовая система КонсультантПлюс.

7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по изучению дисциплины представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих студенту оптимальным образом организовать процесс изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры».

Порядок самостоятельной работы студента над теоретическими вопросами и практическими заданиями следующий.

Работе на практических занятиях должно предшествовать самостоятельное изучение студентом рекомендованной литературы и других источников информации, обозначенных в списке. По ходу их изучения делаются выписки цитат, составляются иллюстрации и таблицы.

Ответы на теоретические вопросы должны отражать необходимую и достаточную компетенцию студента, содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию. Выводы по вопросам задания должны быть обоснованными и вытекать из их содержания.

Теоретические вопросы следует рассматривать на примере из практики деятельности организаций, предприятий, органов государственного и муниципального управления.

Решения практических заданий должны сопровождаться краткими, но исчерпывающими пояснениями (аргументами).

В качестве примера может быть приведена практика конкретной организации или использована информация из периодической печати.

Студенту необходимо оптимально распределить время, отведенное на самостоятельную работу, направленное на изучение дисциплины.

Самостоятельная работа направлена:

- на подготовку к практическим занятиям, которая включает изучение лекций по соответствующей теме, а также использование литературы приведенной в УМК;
- подготовку к тестам по соответствующим пройденным темам. В течение семестра проводится два контрольных теста;
- подготовку доклада по закреплённой студентом теме, участие в дискуссии;
- подготовку к зачету по вопросам, приведенным в Рабочей программе.

Студент для получения зачета по данной дисциплине должен:

- активно работать на практических занятиях;
- написать контрольные тесты на положительные оценки;
- подготовить доклад в течение семестра на положительную оценку.