

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 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: заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: проектной деятельности в медиаиндустрии

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 академ. час. / 4 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 26,3 час.

самостоятельная работа: 117,7 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
активная работа на занятии (вопросы для обсуждений, практикум)	8, 9
выполнение письменного тестового задания	8, 9
выступление на научной конференции по теме дисциплины	8, 9
выступление с докладом	8, 9
подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	8, 9
присутствие на занятии	8, 9
участие в общественно-полезном или культурном мероприятии, связанном с дисциплиной	8, 9
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	9

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):

Губченкова А.С., доцент кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии, к.э.н.

Рецензент(ы):

Скобелев В.Л., старший преподаватель, к.э.н.

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

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

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:

Организация и руководство народным художественным творчеством

Педагогика и психология

Педагогическая практика

Музейно-выставочная работа

Проектно-технологическая практика

Мировая художественная культура

Теория и история народной художественной культуры

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

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

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 144 академ. час. / 4 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 26,3 час.

самостоятельная работа: 117,7 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	9

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	8	9	Итого
Лекции	0	0	0
Лекции установочные	2	0	2
Лекции с использованием ДОТ	0	8	8
Практические установочные	2	0	2
Практические с использованием ДОТ	0	12	12
Консультации	0	2	2
Самостоятельная работа	32	81,5	113,5
Самостоятельная работа во время сессии	0	4,2	4,2
Итого	36	107,7	143,7

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.

Эккаунтинг-менеджмент. Управлением 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.	2	0	0	2	0	0	0 *
2	Современные системы управления и виды менеджмента по объектам управления.	0	2	0	0	0	0	2
3	Менеджмент персонала.	0	2	0	0	0	0	2
4	Производственный и инновационный менеджмент.	0	2	0	0	0	0	2
5	Финансовый менеджмент.	0	2	0	0	0	0	2
6	Антикризисный менеджмент.	0	0	0	0	4	0	4
7	Особенности применения маркетинга в НХК	0	0	0	0	4	0	4
8	Организация маркетинговых исследований в НХК	0	0	0	0	2	0	2
9	Маркетинговые технологии и стратегии в НХК	0	0	0	0	2	0	2
	ВСЕГО	2	8	0	2	12	0	24

* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

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)

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

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, практикум)	8, 9
выполнение письменного тестового задания	8, 9
выступление на научной конференции по теме дисциплины	8, 9
выступление с докладом	8, 9
подготовка научной или творческой работы по теме дисциплины	8, 9
присутствие на занятии	8, 9
участие в общественно-полезном или культурном мероприятии, связанном с дисциплиной	8, 9
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	9

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 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. Тактический 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, практикум)	4	7	28
Выполнение письменного тестового задания	12	1	12
Присутствие на занятии	3	8	24
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление с докладом	6	1	6
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>

Справочная правовая система КонсультантПлюс.

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

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.