

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) |
|---|-----------------------|
| 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 |
| практикум | 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 | 2 | 0 | 2 |
| 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 | 4 | 0 | 4 |
| | 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) |
|--|-----------------------|
| 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 |
| практикум | 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

Тестовые задания:

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

- а) обязанность менеджера
- б) функции менеджмента
- с) этапы планирования
- д) новый метод управления

2. В теории менеджмента к функциям управления относятся:

- а) контроль
- б) финансовый менеджмент
- с) маркетинг
- д) ценообразование

3. Основоположник научной школы управления:

- а) Ф.Тейлор
- б) А.Файоль
- с) Э.Мэйо
- д) А.Богданов

4. Основоположник административной (классической) школы управления:

- а) Ф.Тейлор
- б) 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 | | | |
| 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. 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>
2. 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>

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.