

Министерство культуры Российской Федерации

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 реставрации»

Наименование ОПОП: Реставрация кинофотодокументов

Направление подготовки: 54.03.04 Реставрация

Форма обучения: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: проектной деятельности в медиаиндустрии

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

в том числе: контактная работа: 40,5 час.

самостоятельная работа: 103,5 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
активная работа на занятии (вопросы для обсуждений, практикум)	8
выступление на научной конференции по теме дисциплины	8
выступление на практическом занятии 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)
экзамен	8

Рабочая программа дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере реставрации» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 54.03.04 Реставрация (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 994)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Реставрация кинофотодокументов» по направлению подготовки 54.03.04 Реставрация

Составитель(и):

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

Рецензент(ы):

Скобелев В.Л., доцент, 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 реставрации, 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 реставрации.
5. Обрести навыки оценки ситуации в соответствии с условиями внешней и внутренней среды организации, осуществляющей деятельность в сфере реставрации.
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 реставрации.

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:

Рисунок

Фотографические коллекции как часть музейных фондов

Ознакомительная практика

Концепции современного естествознания

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-1 — Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-1.1 — Анализирует поставленные задачи, определяя основные этапы их решения.

Знает: научно-методические основы организационно-управленческой деятельности

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

Владет: навыками обоснования управленческих решений

УК-1.2 — Применяет методы поиска, сбора и обработки информации в соответствии с требованиями и условиями поставленных задач.

Знает: тенденции развития форм и методов управления в современных условиях

хозяйствования;

Умеет: рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели

Владеет: необходимыми знаниями в области оперативного управления и стратегии, управленческих функций и методов

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: 40,5 час.

самостоятельная работа: 103,5 час.

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

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	8	Итого
Лекции	12	12
Практические	24	24
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	70	70
Самостоятельная работа во время сессии	33,5	33,5
Итого	141,5	141,5

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. 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. 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. 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. 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. 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. 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. Тема 6. Антикризисный менеджмент.

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

Тема 7. Тема 7. Особенности применения маркетинга в реставрационной деятельности

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. Тема 8. Организация маркетинговых исследований в реставрационной деятельности

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. Тема 9. Маркетинговые технологии и стратегии в реставрационной деятельности

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	Тема 1. Эволюция науки и практики управления.	2	0	0	2	0	0	4
2	Тема 2. Современные системы управления и виды менеджмента по объектам управления.	2	0	0	2	0	0	4
3	Тема 3. Менеджмент персонала.	2	0	0	2	0	0	4
4	Тема 4. Производственный и инновационный менеджмент.	2	0	0	2	0	0	4
5	Тема 5. Финансовый менеджмент.	2	0	0	2	0	0	4
6	Тема 6. Антикризисный менеджмент.	2	0	0	2	0	0	4
7	Тема 7. Особенности применения маркетинга в реставрационной деятельности	0	0	0	4	0	0	4
8	Тема 8. Организация маркетинговых исследований в реставрационной деятельности	0	0	0	4	0	0	4
9	Тема 9. Маркетинговые технологии и стратегии в реставрационной деятельности	0	0	0	4	0	0	4
	ВСЕГО	12	0	0	24	0	0	36

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

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

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	1. Управленческая мысль в 19 веке. 2. Вклад Ф. Тейлора в развитие теории и практики менеджмента. 3. Роль Гантта в практике управления. Диаграммы планирования времени и управления работой. 4. Основные направления в трактовках методологии, предмета и принципов управления в работах отечественных менеджеров 20-х гг. 20 века. 5. Заслуги А. Файоля в развитии теории и практики менеджмента. Значимость его предложений в настоящее время. 6. Три идеальных вида власти М. Вебера. 7. Хоторнские эксперименты. Практическая значимость. 8. Сравнительный анализ подходов Э. Мейо и К. Тернера к проблемам производительности труда от подхода. 9. Теории мотивации А. Маслоу и Ф. Херцберга, К. Арджириса. 10. Система японского менеджмента. 11. Возникновение и развитие количественного подхода. Методы предлагаемые представители «количественной школы». 12. Сравнительный анализ концепций И. Ансоффа и М. Портера. Доклады студентов по теме, дискуссия.	1,5
2	1. Цели и система управления предприятиями. 2. Построение организационных структур. 3. Методы современного менеджмента. Доклады студентов по теме, дискуссия.	1,5
3	1. Этика делового общения. 2. Корпоративная культура и организационное поведение. 3. Система мотивации. 4. Управление конфликтами. Доклады студентов по теме, дискуссия.	1,5
4	1. Стратегическая значимость нововведений. 2. Инновационные стратегии: понятие, сущность и виды. 3. Методология разработки и выбора инновационной стратегии. 4. Классификация ролевых стратегических функций организаций (виолентов, пациентов, коммутантов, эксплерентов). 5. Инжиниринг инновационной деятельности. 6. Реинжиниринг инновационной деятельности. 7. Бенчмаркинг в управлении инновационной деятельности. 8. Мэрджер как инновационный подход деятельности современных организаций. Решение мини-кейсов.	1,5
5	1. Экономическая эффективность инвестиций: сущность, принципы и методы расчета (чистый дисконтированный доход, индекс доходности, период окупаемости, внутренняя норма доходности). 2. Коммерческая эффективность сущность и показатели (поток и сальдо реальных денег). 3. Бюджетная эффективность: сущность и расчет бюджетного эффекта. 4. Социальная эффективность: сущность и показатели эффекта. 5. Экологическая эффективность: сущность и показатели эффекта. Решение мини-кейсов.	1,5
6	1. Инструменты диагностики предкризисного состояния организации. 2. Понятие неплатежеспособности. 3. Анализ финансовой отчетности предприятия сферы услуг. 4. Подсчет финансовых коэффициентов. 5. Графическое представление динамики финансовой устойчивости организации. 6. Анализ платежеспособности российского предприятия сферы культуры в момент начала мирового экономического кризиса. Решение мини-кейсов.	1,5

7	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. Методы выделения сегмента рынка. Доклады студентов по теме, дискуссия.	1,5
8	1. Методы сбора маркетинговой информации и специфика их применения в НХК. 2. Определение объема и процедуры выборки. 3. Факторы, влияющие на поведение потребителей. 4. Прогнозирование индивидуального и массового спроса Доклады студентов по теме, дискуссия.	1,5
9	1. Методика конкурентного дифференцирования продуктов, услуг, персонала, каналов распределения. 2. Стратегия позиционирования, репозиционирования, самопозиционирования. 3. Концепции конкурентной маркетинговой стратегий и их применение в НХК. 4. Дифференцирование и позиционирование рыночного предложения. 5. Позиционирование услуг в сфере культуры. Продукция сферы искусства. Методы создания товаров в сфере культуры. Создание каналов сбыта. Влияние моды. Ценовая политика и ценообразование. 6. Особенности рыночного продукта и управления маркетингом прикладного народного творчества. Реклама и бренды. Доклады студентов по теме, дискуссия.	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 реставрации».

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
выступление на научной конференции по теме дисциплины	8
выступление на практическом занятии 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)
экзамен	8

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Примерные темы докладов

1. Специфика управления организациями в сфере реставрации.
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 реставрации.
5. Роль маркетинговых исследований в обеспечении управленческого процесса в сфере реставрации.
6. Эффективность управления организацией в сфере реставрации: критерии оценки.
7. Особенности маркетинговой деятельности в сфере реставрации.
8. Стратегии управления организациями, осуществляющими деятельность в сфере реставрации.
9. Особенности комплекса маркетинга организаций, осуществляющих деятельность в сфере реставрации.
10. Формирование системы маркетинговых коммуникаций осуществляющих деятельность в сфере реставрации.
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.

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.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

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, практикум)	2	12	24
Присутствие на занятии	2	18	36
Обязательная самостоятельная работа			
Выступление на практическом занятии с докладом	10	1	10
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>
3. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент/Ф. Котлер, К. Л. Келлер 14-е изд. - СПб.: Питер, 2014. — 800 с.

7.2. Интернет-ресурсы

1. Портал корпоративного менеджмента

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Использование лицензионного программного обеспечения по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере реставрации» не предусмотрено.

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

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

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 реставрации».

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 (кейсов) 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, направленную 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 сообщений по закреплённой студентом теме;
- 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 сообщения в течение семестра на положительную оценку.