

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Менеджмент в социокультурной сфере Б1.Б.35

Направление подготовки: 51.03.01 - Культурология

Профиль подготовки: Культура стран и регионов мира

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Долакова М.И.

Рецензент(ы):

Валеев Р.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Валеев Р. М.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института международных отношений, истории и востоковедения (отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 980351818

Казань

2018

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Долакова М.И. Кафедра всемирного культурного наследия отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия , makka7@mail.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины 'Менеджмент в социокультурной сфере' : изучение особенностей экономических и управленческих отношений и процессов в сфере культуры и социокультурной деятельности, ; ознакомиться с мировым и российским опытом менеджмента культуры; изучение особенности услуги в сфере культуры как объекта управления; выяснение роли и соотношения государства и субъектов рынка культуры с учетом специфики отдельных культурных услуг и продуктов, формирование у студентов готовности к реализации технологий менеджмента в сфере социально-культурной деятельности, готовности использовать правовые и нормативные документы в работе учреждений культуры, общественных организаций и объединений граждан реализующих их права на доступ к культурным ценностям и участие в культурной жизни страны. Освоение дисциплины 'Менеджмент в социокультурной сфере' должно способствовать изучению принципов и методов управления организацией в процессе производства, распространения и потребления культурных благ и услуг в условиях рыночной экономики. Дисциплина призвана формировать понимание специфики менеджмента в сфере культуры, осознания общих закономерностей менеджмента и особенностей этой деятельности, заданных спецификой сферы культуры, понимания приемов бизнеса и некоммерческой социальной практик в сфере культуры.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.Б.35 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 51.03.01 Культурология и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Сфера культуры как одна из наиболее динамично развивающихся отраслей постиндустриальной экономики предъявляет новые требования к профессионализму студентов, обучающихся

по направлению ' Культурология' . Данный курс создан с учетом специфики и закономерностей сферы культуры как объекта управления. Дисциплина 'Менеджмент в социокультурной сфере органично связана с содержанием таких дисциплин, как 'Экономика', 'Менеджмент', 'Информационные технологии', 'Безопасность жизнедеятельности', 'Массовая культура', 'Культурная политика' 'Культура массовых коммуникаций'.

В основу курса положен междисциплинарный проблемный подход и системный принцип изложения. Студент ориентируется на проблемное понимание процессов в сфере управления и менеджмента культуры. Дисциплина относится к вариативной части цикла Б 3.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОК-6 (общекультурные компетенции)	способность работать в коллективе , толерантно воспринимать социальные, этнические , конфессиональные и культурные различия

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	Способность применять культурологическое знание в профессиональной деятельности и социальной практике
ПК-6 (профессиональные компетенции)	готовность к проектной работе в различных сферах социокультурной деятельности, участию в планировании , разработке , документационном обеспечении и запуске инновационных проектов
ПК-7 (профессиональные компетенции)	способность владеть навыками проведения экспертизы и подготовки экспертных документов, сопровождающих принятие решений в социокультурной сфере
ПК-1 (профессиональные компетенции)	Способность владеть навыками работы с теоретическим и эмпирическим научной информацией, а также способностью получать, понимать , изучать и критичеки анализировать информацию по тематике исследования и представлять результаты исследования
ПК-16 (профессиональные компетенции)	способностью к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- содержание изложенных в курсе теоретических и методологических концепций менеджмента в сфере культуры
- сущность и структуру технологии социально-культурной деятельности
- средства, формы и методы технологического процесса.

2. должен уметь:

- анализировать современную социокультурную ситуацию;
- применять различные формы управления социокультурными учреждениями;
- анализировать и интерпретировать тексты по менеджменту культуры;
- оценивать практические возможности методов и стратегий менеджмента

3. должен владеть:

- понятийным аппаратом дисциплины;
- навыками освоения технологий фандрейзинга, поиска спонсоров и благотворителей в сфере культуры;
- методами и механизмами планирования в сфере культуры и искусства
- навыками работы с нормативными документами, научной литературой и практическими заданиями.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- к нахождению соответствующих организационных решений (моделей), которые бы с наибольшей эффективностью способствовали повышению общественного уровня и рыночной стоимости культурной деятельности
- к формированию моделей отдельных учреждений культуры, управления ими и организации труда в них;

- к организации процесса производства (менеджмент проекта) отдельного художественного произведения как внутри учреждения культуры, так и вне его

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Социально-культурная деятельность и управление. Организационно- экономические условия менеджмента в сфере культуры	8		2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.	8		2	2	0	Научный доклад
3.	Тема 3. Технологии финансирования социокультурной сферы. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников(фандрейзинг)	8		2	4	0	Презентация
4.	Тема 4. Технологии маркетинга и бренд- менеджмента в социально- культурной сфере	8		2	4	0	Научный доклад

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
5.	Тема 5. Значение информации в управлении организацией культуры. Современные информационные технологии менеджмента в социокультурной сфере	8		2	4	0	Реферат
6.	Тема 6. Система управления персоналом в учреждениях и организациях культуры	8		2	2	0	Тестирование
7.	Тема 7. Креативные индустрии	8		2	4	0	Контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Зачет
	Итого			14	22	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Социально-культурная деятельность и управление. Организационно-экономические условия менеджмента в сфере культуры

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Особенности социально- культурной деятельности как объекта менеджмента. Специфика управления социально- культурной сферой. Государственно- правовые основы менеджмента в социокультурной сфере. Органы государственного управления в социально- культурной сфере. Правовой статус организаций и учреждений культуры.. Государственное регулирование в сфере культуры. Организационные структуры управления организацией культуры. Совмещение " мягких " и " жестких " моделей управления в современных организациях культуры. Культурная политика

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Менеджмент: основные универсалии, школы, подходы 2. Функциональные разновидности менеджмента. 3. Нормативная база и информационное обеспечение менеджмента в социальной сфере. 4. Система методов управления. Организационно-административные методы управления 5. Экономические методы управления 6. Социально-психологические методы управления. 7. Типы организации управления организации культуры: бюрократический, функциональный, матричный, дивизиональный. Представить организационную структуру управления одного из учреждений социокультурной сферы г. Казани (библиотеки, музея, театра, дома культуры, спортивного, досугового центра, учреждения дополнительного образования, социальной защиты, рекламного, туристического агентства и т.д. 8. Культурная политика. Основные субъекты культурной политики. 9. Историческая эволюция культурной политики. Модели культурной политики. Современные проблемы культурной политики РФ 10. Критерии эффективности менеджмента в социокультурной сфере

Тема 2. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Субъекты и объекты управления в социокультурных процессах. Разработка направления деятельности учреждения социокультурной сферы. Разработка системы целей учреждения. Разработка, реализация и контроль в планировании. Виды планирования. Директивное, нормативное планирование. Культурные программы как метод управления социокультурной сферой. Особенности разработки программ. Структура проектно деятельности. Структура программы. Требования к формулировке цели и задач. Требования к кадровому обеспечению. Содержание и механизм реализации

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Организация плановой деятельности (этапы планирования) 2. Методы планирования: аналитическое планирование, нормативное планирование 3. Целевое обоснование планов 4. Балансовые методы планирования 5. Планирование организационного обеспечения 6. Культурные программы как метод управления. Роль, значение и содержание культурных программ 7. Технология разработки культурной программы 8. Анализ региональных целевых программ (по выбору студента) 9. Сформулировать систему целей, решаемых руководством и отделами социокультурных учреждений. 10. Подготовить аналитический обзор Государственной программы РФ "Развитие культуры и туризма на 2013-2020 гг" 11. Оценка результатов программы. Количественные показатели, показатели социального развития, социальной адаптации личности, общественное мнение, технологические и экономические показатели. Критерии эффективности. Перспективы проекта.

Тема 3. Технологии финансирования социокультурной сферы. Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников(фандрейзинг)

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Определение приоритетов поддержки и развития культуры: зарубежный и отечественный опыт. "Болезнь цен" Боумоля и Боуэна, экономика культуры. Принципы и формы бюджетного финансирования социокультурной сферы. Механизм расходования средств бюджета муниципального образования на социально-культурную сферу. Многоканальное финансирование культуры. понятие фандрейзинга. Формы социальной поддержки культуры: меценатство, благотворительность, корпоративный спонсоринг

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Финансирование социокультурной сферы: европейская и американская модели 2. Бюджетное финансирование социокультурной сферы 3. Исторические формы социальной поддержки сферы культуры. Закон РФ "О меценатстве" 4. Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга. Особенности фандрейзинга в РФ 5. Планирование фандрейзинговой компании 6. Структура фандрейзинга. Формы работы бизнеса и сферы культуры: корпоративное членство, пожертвования, волонтерская работа сотрудников бизнес-структуры 7. Спонсорский пакет 8. Частные пожертвования, фонды 9. Концепция фандрейзинга организации культуры 10. Подготовьте спонсорское предложение 11. Критерии эффективности фандрейзинга

Тема 4. Технологии маркетинга и бренд-менеджмента в социально-культурной сфере

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Маркетинг в сфере культуры и искусства. Онтологические особенности услуг культуры и искусства. Исследование рынка культурных услуг. Понятие маркетинга у Ф.Котляра. Основные элементы маркетинга. Правило "4P". Дж.Траут, Э.Райс "Маркетинговые войны" на примере оперных театров г.Москвы. Использование Интернета учреждениями и организациями культуры для продвижения своих услуг. Бренд-менеджмент в сфере культуры

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Понятие маркетинга в социокультурной сфере.: основные подходы 2. Понятие культурных услуг. Основные элементы маркетинга в социокультурной сфере 3. Маркетинговые стратегии; оборонительная, стратегия наступления, стратегия партизанской борьбы 4. Продукт, цена, место, продвижение - правило 4 P в маркетинге 5. Формы взаимодействия с целевой аудиторией учреждения, организации культуры 6. Роль социальных брендов в современном обществе. 7. Бренд-менеджмент как инновационная технология, позволяющая сохранить креативность и своеобразие деятельности в условиях конкуренции 8. Особенности формирования бренда в сфере культуры. Разработка программы бренда. Атрибуты социального бренда 9. Целевая аудитория бренда 10. Брендинг реклама и PR 11. Интернет блоги как инструмент PR организации культуры

Тема 5. Значение информации в управлении организацией культуры. Современные информационные технологии менеджмента в социокультурной сфере

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Информация и её виды. Значение информации в управлении организацией. Информационные технологии и менеджмент в сфере культуры. Классификация информации. Сохранность информации. Функциональная, координирующая, оценочная информация. Роль и значение современных информационных технологий. Региональные Интернет ресурсы культурной деятельности.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Основные информационные каналы в организациях культуры 2. Дифференциация управленческой информации по содержанию 3. Аналитическая, прогнозная, отчетная, научная, нормативная информация 4. Функциональная информация в организациях культуры 5. Коммуникация между уровнями, подразделениями и сотрудниками организации культуры 6. Роль и значение новых информационных технологий в социокультурной сфере 7. Проблемы использования современных информационных технологий в социокультурной сфере 8. Создание рекламно-просветительского вебпредставительства организации культуры. 9. Авторское право, правовые аспекты в цифровых технологиях 10. Электронная коммерция в социокультурной сфере и ее правовое регулирование

Тема 6. Система управления персоналом в учреждениях и организациях культуры

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Эволюция теорий управления персоналом и обоснование гуманистического подхода и концепции "человеческого капитала". Социокультурная концепция управления инновациями и сопротивлениями в сфере культуры. Стимулирование и мотивация. Культура менеджмента и организационная культура фирмы. Понятие власти как центрального звена системы управления. Виды власти. Формальные и неформальные группы в организации. Причины появления неформальных групп. Общие характеристики групп в организации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Подходы к лидерству как социально-психологическому явлению. 2. Авторитарный, демократический и либеральный стили руководства. 3. Модель ситуационного лидерства Ф. Фидлера. 4. Сущность конфликтов в организации. 5. Поведение руководителя в конфликтной ситуации 6. Виды конфликтов. 7. Методы управления конфликтами. 8. Модели мотивации деятельности 9. Методики определения основных качеств будущего потенциального сотрудника психометрия, классификация Майкла Маккоби 10. Формальные и неформальные институты повышения эффективности работы персонала сферы культуры.

Тема 7. Креативные индустрии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Творчество, креативность и предпринимательство. История понятия "творческие индустрии" Понятие "творческие индустрии" и связанные с ним понятия ("культурные индустрии", "индустрии, производящие культурный продукт", "индустрии распространения творческих продуктов"). Субсекторы творческих индустрий. Креативные индустрии и традиционные культурные институты. Креативные индустрии индустрии как фактор экономического и социального развития в современном мире

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Концепция ?креативного класса? Ричарда Флориды 2.. Конкуренция городов и роль творческого класса 3. Творческий класс в российской экономике и российском обществе 4. Роль городов в современном мире и роль творчества и новой экономики в их развитии 5. Место творческих индустрий в программах городского развития 6. Концепция ?творческого города? Чарльза Лэндри 7. Опыт работы агентства ?Comedia? по возрождению городов средствами культуры. 8. Концепция "круговорота городского развития" 9. Понятие картирования территорий . Технологии картирования в Великобритании 10. Перспективы и проблемы развития креативных индустрий в России

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Социально-культурная деятельность и управление. Организационно-экономические условия менеджмента в сфере культуры	8		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.	8		подготовка к контрольной работе	6	Контрольная работа
3.	Тема 3. Технологии финансирования социокультурной сферы. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников(фандрейзинг)	8		подготовка к тестированию	4	Тестирование
4.	Тема 4. Технологии маркетинга и бренд-менеджмента в социально- культурной сфере	8		подготовка к научному докладу	4	Научный доклад
5.	Тема 5. Значение информации в управлении организацией культуры. Современные информационные технологии менеджмента в социокультурной сфере	8		подготовка домашнего задания	6	Письменное домашнее задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Система управления персоналом в учреждениях и организациях культуры	8		подготовка к тестированию	6	Тестирование
7.	Тема 7. Креативные индустрии	8		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины 'Менеджмент в социокультурной сфере' Вводная лекция дает первое целостное представление об учебном предмете и ориентирует студента в системе работы по данному курсу. Лектор знакомит студентов с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки специалиста. Дается краткий обзор курса, вехи развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках курса, а также дается анализ учебно-методической литературы, рекомендуемой студентами, уточняются сроки и формы отчетности. Лекция-информация. Ориентирована на изложение и объяснение студентам научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы. Проблемная лекция. На этой лекции новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. При этом процесс познания студентов в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения. Лекция с заранее запланированными ошибками рассчитана на стимулирование студентов к постоянному контролю предлагаемой информации (поиск ошибки: содержательной, методологической, методической, орфографической). В конце лекции проводится диагностика слушателей и разбор сделанных ошибок.

Лекция-конференция проводится как научно-практическое занятие, с заранее поставленной проблемой и системой докладов, длительностью 5-10 минут. Каждое выступление представляет собой логически законченный текст, заранее подготовленный в рамках предложенной преподавателем программы. Совокупность представленных текстов позволит всесторонне осветить проблему. В конце лекции преподаватель подводит итоги самостоятельной работы и выступлений студентов, дополняя или уточняя предложенную информацию, и формулирует основные выводы. Лекция-консультация может проходить по разным сценариям. Первый вариант осуществляется по типу 'вопросы ответы'. ечение лекционного времени на вопросы студентов по всем разделу или всему курсу. Второй вариант такой лекции, представляемой по типу 'вопросы ответы дискуссия', является тройным сочетанием: изложение новой учебной информации лектором, постановка вопросов и организация дискуссии в поиске ответов на поставленные вопросы. Семинарские занятия служат для дальнейшего уяснения и углубления сведений, полученных на лекциях, а так же для приобретения навыков применения теоретических знаний в практике. Удельный вес лекций составляет 10%, удельный вес семинаров составляет 20% курса, 70% курса отводятся на другие формы работы АНАЛИЗ КОНКРЕТНЫХ СИТУАЦИЙ (АКС) - описание реальной ситуации из профессиональной деятельности обучаемых, в которой они сами должны определить, в чем состоит проблема, что уже известно, что необходимо найти и что для этого потребуется. АКС делятся на проблемные и проектные. В проблемных ситуациях результатом является определение и формулирование основной проблемы, иногда формирование проблемного поля и всегда - оценка сложности решения. Для проектных ситуаций в качестве результата выступает программа действий по преодолению обнаруженных проблем. АКС проводится в форме: индивидуальной, групповой (по 5-6 человек), сессионной работах.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Социально-культурная деятельность и управление. Организационно-экономические условия менеджмента в сфере культуры

устный опрос , примерные вопросы:

1. Проблема определения приоритетов поддержки и развития социокультурной сферы.
 2. "Агло-американская" модель управления социокультурной сферой
 3. "Романская" модель управления социокультурно сферой.
 4. "Германская" модель управления социокультурной сферой.
 5. Особенности "советской" и "постсоветской" моделей.
 6. Изучить периодическую печать по вопросам менеджмента. Представить список специализированных журналов по вопросам управления социокультурной сферой и анализ трех статей.
 7. Типы организаций культуры по характер взаимодействия подразделений.
 8. Структура, проблемы, область применения
 9. Организационная структура управления музеями.
 10. Анализ организационной структуры учреждений социокультурной сферы.
- а) Представить организационную структуру управления одного из учреждений социокультурной сферы Казани (библиотеки, музея, театра, дома культуры, спортивного, досугового центра, учреждения дополнительного образования, социальной защиты, рекламного, туристического агентства и т.д.). б) Сформулировать систему целей, решаемых руководством и отделами социокультурных учреждений. в) Сравнить организационную структуру управления с аналогичными учреждениями других городов и наметить пути совершенствования деятельности учреждений г. Казани.

Тема 2. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.

Контрольная работа , примерные вопросы:

1. Понятие планирования в менеджменте в социокультурной сфере
2. Виды планов в зависимости от уровня принятия планового решения
3. Классификация планов по степени директивности и сроков исполнения
4. Внутренние и внешние функции планирования
5. Охарактеризуйте основные этапы планирования
6. Современные модели поддержки культуры. Американская модель: отказ от определения приоритетов
7. "Постсоветская модель": научно-обоснованные приоритеты
8. "Общественно-государственная" модель определения приоритетов
9. Роль, значение и содержание культурных программ
10. Технологии разработки и обеспечения реализации культурных программ
11. Разработать региональную программу поддержки и развития социокультурной сферы по предложенной схеме: - Общая характеристика территории (области, города, района) - Исторические особенности и социокультурный потенциал региона. - Тенденции и проблемы развития социокультурной сферы. - Концепция развития социокультурной жизни региона. - Меры по обеспечению реализации программы поддержки и развития социокультурной сферы - Содержание программы. - Меры по обеспечению реализации программы. - Этапы реализации

Тема 3. Технологии финансирования социокультурной сферы. Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников(фандрейзинг)

Тестирование , примерные вопросы:

1. Эволюция системы финансирования организаций и учреждений культуры
 2. Организации и учреждения полностью финансируемые из бюджета, самокупаемые , дотируемые
 3. Многоканальное финансирование организаций и учреждений культуры
 4. Совершенствование способов и механизмов финансирования бюджетных учреждений культуры. Концепция "Бюджетирования , ориентированного на результат"
 5. Бюджетные ассигнования
 6. Целевое финансирование
 7. Косвенное финансирование
 8. Современные технологии финансирования организаций и учреждений культуры
 9. Фандрейзинг: определение , философия, методы
 10. Структура фандрейзинга
- Тест в приложении.

Тема 4. Технологии маркетинга и бренд- менеджмента в социально- культурной сфере

Научный доклад , примерные вопросы:

1. Особенности маркетинга в сфере культуры 2. Маркетинговый комплекс и его составляющие 3. Целевые направления маркетинга в сфере культуры 4. продвижение продукта социально-культурной сферы 5. Разработка программы маркетинговых исследований 6. Понятие бренд-менеджмента 7. Корпоративная культура как бренд - интегрированный менеджмент 8. Стадии разработки бренда организации культуры 9. Основные типы брендов в сфере культуры 10. Дайте характеристику брендинга на примере организации или учреждения культуры (по выбору студента) 11. Приведите примеры использования технологий менеджмента и маркетинга в деятельности отечественных и зарубежных музеев

Тема 5. Значение информации в управлении организацией культуры. Современные информационные технологии менеджмента в социокультурной сфере

Письменное домашнее задание , примерные вопросы:

1. Понятие информации в организации 2. Коммуникационный менеджмент. Виды информации 3. Логико-семантический подход к информации 4. Количественно-информационный подход: концепция К. Шеннона 5. Классификация информации Р. Акоффа и Ф. Эмери 6. Характеристики управленческой информации 7. Адресное распределение информации 8. Требования к информационным системам управления 9. Интернет - технологии в современных организациях и учреждениях культуры 10. Роль информационных технологий в менеджменте в социокультурной сфере

Тема 6. Система управления персоналом в учреждениях и организациях культуры

Тестирование , примерные вопросы:

1. Система работы с персоналом. 2. Управление сопротивлением. 3. Стимулирование и мотивация. 4. Культура менеджмента и организационная культура фирмы. 5. Понятие власти как центрального звена системы управления 6. Виды власти: референтная (власть примера), информационная (до-ступ к информации и умение убеждать), экспертная (уровень компетентности), потребность во власти (укрепление репутации), власть вознаграждения (доступ к ресурсам), власть наказания, законная власть. 7. Формальные и неформальные группы в организации 8. Причины появления неформальных групп. Общие характеристика 9. Модели организационных культур Хофстеде 10. Требования к расстановке кадров Тест в приложении

Тема 7. Креативные индустрии

устный опрос , примерные вопросы:

1. Постиндустриальная экономика и модели творческих индустрий 2. Социология творческих индустрий. Творческий класс 3. Творческие индустрии и развитие городов 4. Междисциплинарные исследовательские практики: картирование территорий 5. Предприятия творческих индустрий и творческие кластеры 6. Агентства по развитию творческих индустрий 7. Творческие индустрии в России. Предприятия. Кластеры. Агентства 8. Творческие предприятия и творческие кластеры г. Казани 9. Креативные индустрии и массовая культура 10. Формы государственной поддержки креативных индустрий

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Социально-культурная деятельность и управление.
2. Природа социально-культурного менеджмента.
3. Условия эффективного управления.
4. Внешняя среда и её влияние на организацию.
5. Внутренняя среда организации.
6. Виды социокультурного менеджмента.
7. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики.
8. Социокультурная деятельность как объект управления
9. Типы организаций.
10. Модели управления социокультурной деятельностью.
11. Основные принципы формирования инновационной модели управления социокультурной деятельностью.

12. Социокультурное программирование в системе управленческих технологий.
13. Структура программы.
14. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.
15. Виды планов в социокультурной сфере.
16. Управление учреждением культуры (ДК, культурные центры).
17. Управление учреждением дополнительного образования.
18. Управление творческими коллективами.
19. Менеджмент арт-бизнеса, выставочной деятельности.
20. Менеджмент прикладного художественного творчества.
21. Менеджмент в кинематографии.
22. Менеджмент шоу-бизнеса.
23. Менеджмент сценической деятельности, музыкального исполнительского искусства.
24. Менеджмент библиотечного, издательского дела.
25. Менеджмент общественных организаций.
26. Формы управленческих отношений в коллективе.
27. Система работы с персоналом.
28. Стиль работы руководителя
29. Подходы к лидерству как социально-психологическому явлению.
30. Профессиональная компетентность менеджера социально-культурной деятельности.
31. Система подготовки менеджеров СКД.
32. Управление и финансирование в социокультурной сфере.
33. Вклад социокультурной сферы в экономику.
34. Механизмы финансирования и ценообразования в культуре.
35. Технологии предпринимательства и технологического обеспечения.
36. Информационные системы в социально-культурном менеджменте

Тематика рефератов

1. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики.
2. История предпринимательства и меценатства в России.
3. Менеджмент арт-бизнеса.
4. Менеджмент современного искусства.
5. Менеджмент выставочной деятельности.
6. Менеджмент прикладного художественного творчества.
7. Менеджмент в кинематографии.
8. Управление сферой кинематографии в советский период.
9. Управление творческими коллективами (хореографическими, музыкальными, театральными)
10. Менеджмент шоу-бизнеса в России.
11. Менеджмент зарубежного шоу-бизнеса.
12. Управление учреждением дополнительного образования (детские театральные, спортивные школы, дома творчества).
13. Организация детского летнего отдыха.
14. Управление учреждением культуры (ДК, культурные центры).
15. Менеджмент сценической деятельности.
16. Менеджмент библиотечного дела.
17. Менеджмент музыкального исполнительского искусства.
18. Менеджмент молодежных общественных организаций.
19. Менеджмент международных общественных организаций

20. Менеджмент издательского дела.
21. Менеджмент теле-индустрии.
22. Менеджмент теле-индустрии за рубежом.
23. Менеджмент радио-индустрии (FM, гос. радио).
24. Менеджмент зарубежных радиостанций.
25. Менеджмент частной фирмы в социокультурной сфере.
26. Менеджмент социокультурной анимации (гостиницы, рестораны, санатории).
27. Управление международными организациями в социокультурной сфере.

Тест по теме "Технологии финансирования социокультурной сферы. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников (фандрейзинг)"

1. Дефицитные виды культурной деятельности в процессе производства культурных благ и услуг ориентируются, прежде всего, на:

А: деятельность, которая в качестве приоритетной заявлена в миссии организации

Б: вкусы и пристрастия потребителей

В: государственный заказ;

Г: вкусы и предпочтения конкретных спонсоров

2. Индустрия культуры как сложное целое представляет собой:

А: индивидуальное производство культурных благ и услуг, имеющее основную цель - получение прибыли;

Б: серийное, промышленное производство культурных благ и услуг, имеющее основную цель - получение прибыли;

В: индивидуальное производство культурных благ и услуг, не имеющее в качестве основной цели - получение прибыли;

Г: серийное, промышленное производство культурных благ и услуг, не имеющее в качестве основной цели - получение прибыли.

3. Индустрия культуры при производстве благ и услуг ориентируется, прежде всего, на потребительский спрос со стороны:

А: конкретного индивида;

Б: определенной конкретной группы потребителей;

В: массового потребителя

4. К видам продукции индустрии культуры можно отнести:

А: музыкальные инструменты, репродукции, аппаратуру для съемок кинофильмов, телевизоры, картины, архивные документы, видеокамеры;

Б: CD-записи, DVD-записи и аппаратуру для их просмотра, тексты песен, скульптуру, аудиозаписи, киноленту и фотопленку, произведения народного творчества;

В: видеомэгафоны, компьютеры, видеокассеты, трансляцию культурных и развлекательных программ по радио и телевидению, кинофильмы

Г: памятники истории и культуры, музыкальные инструменты, репродукции, журналы

5. "Экономика объема" в индустрии культуры, это ситуация, когда:

А: чем больше количество произведенной культурной продукции, тем ниже стоимость каждой ее единицы;

Б: чем меньше количество произведенной культурной продукции, тем ниже стоимость каждой ее единицы;

В: чем больше количество произведенной культурной продукции, тем выше стоимость каждой ее единицы.

Г: объем, произведенной культурной продукции не влияет на ее стоимость

6. Феномен "Экономики звезд" - это:

А: тенденция вложения средств в создание наиболее посредственных культурных продуктов;

Б: тенденция вложения средств в создание наиболее высококачественных культурных продуктов;

В: тенденция вложения средств в создание разнокачественной культурной продукции.

Г: вложение финансовых средств в неприбыльные культурные продукты

7. Выберите правильный вариант ответа:

А: Цена культурного продукта высокого качества, произведенного в индустрии культуры приблизительно равна цене культурного продукта среднего качества;

Б: цена культурного продукта высокого качества, произведенного в индустрии культуры больше цены культурного продукта среднего качества;

В: цена культурного продукта высокого качества, произведенного в индустрии культуры меньше цены культурного продукта среднего качества.

8. Понятие "культурная индустрия" вводится в научный оборот следующими авторами:

А: О.Шпенглером и А.Тойнби

Б: Г.Риккертом и Э.Кассирером

В: Т.Адорно и М.Хоркхаймером

Г: Г.Маркузе и Ю.Хабермас.

9. Классик буржуазного политической экономики А.Смит, считал труд писателей, актеров, музыкантов и т.д. непроизводительным так как:

А: производительным является только труд земледельцев

Б: он не реализуется в предмете или товаре, который может быть продан

В: производительным является только труд промышленных рабочих

В: данный класс (социальный слой) не играет решающей роли в производстве

10. Согласно трактату Д.Рескина существует четыре основных стадии художественного процесса:

А: подготовка, создание, распространение, освоение

Б: создание, потребление, использование, сохранение

В: подготовка, освоение, использование, сохранение

Г: создание, распространение, использование, освоение

11. Болезнь Баумоля (Болезнь цен):

А: цены на факторы производства увеличиваются быстрее, чем потребительские цены на эти блага

Б: рост цен на смешанные товары и услуги не является следствием увеличения цен на факторы производства

В: цены на факторы производства отстают от роста потребительских цен на культурные блага и услуги

Г: рост цен на факторы производства не сопровождается повышением потребительских цен на культурные блага и услуги

12. В соответствии с принципом Боумоля цена смешанных благ и услуг определяется:

А: суммой налога

Б: суммой субсидии

В: потребительской ценой

Г: количеством спонсорских и меценатских вложений

13. Государственная поддержка в виде прямого финансирования производства и потребления продуктов культуры и/или в виде соответствующих налоговых льгот осуществляется для тех благ, которые являются:

А: индивидуальными благами

Б: социальными благами

В: смешанными благами

Г: смешанными коммунальными культурными благами

14. Согласно модели "денежного голосования" бюджетные средства государство распределяют:

А: правительственными органами

Б: независимыми от правительства посредническими организациями

В: посредством налоговых льгот

Г: посредством "социальных трансфертов"

15. В Модели распределения общественных средств "на расстоянии вытянутой руки", средства распределяются:

А: правительственными органами

Б: независимыми от правительства посредническими организациями

В: посредством налоговых льгот

Г: посредством Социальных трансфертов

16. Многоканальное финансирование - это:

А: система финансирования, при которой организации культуры при реализации своей миссии ориентируются только на государственную или муниципальную поддержку

Б: система финансирования, при которой организации культуры при реализации своей миссии ориентируются на спонсорскую или меценатскую поддержку

В: система финансирования, при которой организации культуры при реализации своей миссии ориентируются как на государственную поддержку, так и на другие виды доходов

Г: система финансирования, при которой организации культуры при реализации своей миссии ориентируются на собственные доходы (доходы от реализации услуг, от размещения рекламы и т.д.)

17. Квазигосударственные организации - это?

18. Соотнесите вид государственного финансирования сферы культуры и его определение:

1. прямое финансирование

2. косвенное финансирование

Выделение бюджетных ассигнований и льготных кредитов на содержание государственных организаций культуры и реализацию культурных проектов; финансирование внебюджетных государственных фондов

Предоставление налоговых льгот организациям, занимающимся определенными видами культурной деятельности, лицам творческих профессий, оказывающих безвозмездную поддержку культурной деятельности

19. Формами прямого финансирования сферы культуры не являются:

А: льготы по налогу на имущество

Б: блоковые субсидии

В: нормативно-целевое финансирование

Г: льготы деятелям культуры

Д: льготы по налогу на прибыль

Е: сметное финансирование

20. Соотнесите вид субсидии и ее определение:

1. Блоковые субсидии

2. Возвратные субсидии

выделение финансовых средств организациям культуры или авторам культурных проектов на покрытие определенных видов расходов

выделение финансовых средств на реализацию культурных проектов, при условии ее необязательного возвращения

21. К прямым участникам культурной деятельности относятся:

А: потребители культурных благ

Б: благотворительные фонды и организации

В: создатели культурных ценностей

Г: спонсоры

22. Бюджетное финансирование каких организаций культуры является необязательным:

А: государственных организаций культуры

Б: некоммерческих организаций культуры

В: коммерческих организаций культуры

Г: неправительственных организаций культуры

23. Какие формы государственной поддержки могут распространяться на косвенных участников культурной деятельности:

24. Поддержка потребителей культурных благ может осуществляться в форме:

А: "Встречных субсидий"

Б: "Культурных ваучеров"

В: "Долевого финансирования"

Г: доплат к личным доходам

25. Поддержка собирателей и хранителей культурного наследия может осуществляться в форме:

А: "Встречных субсидий"

Б: "Культурных ваучеров"

В: "Долевого финансирования"

Г: доплат к личным доходам

26. Долевые субсидии предполагают следующее соотношение расходов государственных и частных расходов на культурную сферу:

А: 1: 1

Б: 1: 3

В: 1:5

Г: 1:2

27. Что такое "Встречная субсидия":

8. Наиболее распространенной формой поддержки создателей культурных ценностей является:

А: доленое финансирование

Б: субсидия вызова

В: финансовая помощь самоуправляемых фондов

Г: бюджетные ассигнования

8. В чем состоит сущность Некоммерческой организации:

8. Правовое регулирование деятельности НКО осуществляется в соответствии со следующими нормативными документами:

28. Каким образом НКО культуры реагирует на изменение рыночной конъюнктуры:

А: ассортиментными сдвигами

Б: ассортиментной стабильностью

В: перемещением капитала из одной отрасли в другую

Г: изменением профиля деятельности

29. Универсальный способ поддержки государством деятельности НКО:

А: частичное субсидирование их деятельности

Б: полное финансирование их деятельности

В: льготы по налогообложению

30. Фактор убыточности или прибыльности культурной сферы определяется:

А: себестоимостью спектаклей

Б: количеством зрительских мест

В: посещаемостью

Г: количеством, производимых услуг

31. Фандрейзинг - это ?

32. Составите таблицу пожертвований на культурный проект, стоимостью 1,5 млн. рублей, согласно следующей таблице:

Размер дотаций Кол-во доноров Кол-во дотаций Сумма % от общей суммы

33. Один из способов выражения благодарности, согласно 3 этапу фандрейзинговой кампании указан неверно:

А: благодарственное письмо

Б: упоминание донора в афише, пресс-релизе

В: денежное вознаграждение, премия

Г: официальный прием

34. Фандрейзинговая кампания обычно рассчитана на срок до:

А: 1 года

Б: 2 лет

В: 3 лет

Г: 4 лет

Тест к теме " Система управления персоналом в учреждениях и организациях культуры"

1. Какая теория управления персонала получила развитие с 1930 года?

1) классическая

2) теория человеческих ресурсов

3) теория человеческих отношений

2. Какой из этих теоретиков является представителем теории человеческих ресурсов?

1) Ликарт

2) Блейк

3) Маслоу

3. Для какой теории справедливо выражение: труд для большинства людей не приносит удовлетворения, то, что они делают менее важно для них нежели то, что они при этом зарабатывают.

1) теория человеческих ресурсов

2) классическая

4. О каком принципе, характеризующем требования к формированию системы управления персоналом идет речь: соответствие системы управления персоналом передовым зарубежным и отечественным аналогом

1) потенциальные имитации

2) перспективность

3) прогрессивность

5. Оптимальность отношений интра- и инфраструктуры управления персоналом составляет:

1) 1:2

2) 1:3

3) 1:4

6. О какой организационной структуре идет речь: Решетчатая организация, построенная по принципу неординарного подчинения исполнителей.

1) Матричная

2) Дивизионная

3) Функциональная

7. Какая организационная структура свойственна организации с высоким уровнем диверсификации:

1) линейная

2) проектная

- 3) дивизионная
 - 4) теория человеческих отношений
8. О каком термине идет речь: массовое привлечение на работу персонала в какую-либо организацию.
- 1) Наем на работу
 - 2) Набор кадров
 - 3) Собеседование
9. Что относится к видам деловой активности: оценка кандидата на вакантную должность и курс молодого специалиста аттестация и подбор персонала оценка кандидата на вакантную должность и аттестация
3. Что включает процесс набора кадров:
- 1) общий анализ потребности
 - 2) определение основных источников поступления капитала
 - 3) два предыдущих верны
10. Что решает задачу: удовлетворение потребности сотрудника в оценке собственного труда и качественных характеристик.
- 1) Найм персонала
 - 2) Деловая оценка персонала
 - 3) Отбор персонала
10. При установлении критериев отбора должны быть соблюдены требования:
- 1) полнота
 - 2) аккумулятивность
 - 3) два предыдущих верны
11. Как понимается качество умение работать с людьми
- 1) Умение обеспечить контроль за исполнением, умение ориентироваться в сложной обстановке, умение разрешать конфликтные ситуации, владеть собой.
 - 2) Умение работать с подчиненными, умение работать с руководителями разных организаций, умение создать сплоченный коллектив, умение подобрать, расставить и закрепить кадры
 - 3) Способность подчинять личные интересы общественным, умение прислушиваться к критике, активно участвовать в общественной жизни, обладать уровнем политической грамотности.
12. О какой форме профориентационной работы идет речь: выбор из нескольких работников, имеющих одинаковую профессию, специальность, квалификацию, отвечающих одним и тем же требованиям, кандидата на должность
- 1) профессиональное обучение
 - 2) подбор
 - 3) профессиональный набор
13. О какой форме профориентационной работы идет речь: назначение, при котором место работы меняется в соответствии с принципом "нужному работнику - нужное место"
- 1) ротация
 - 2) выдвижение
 - 3) перевод
14. О чем идет речь: систему мер по профинформации, профконсультации, профотбору и профадаптации, которая помогает человеку выбирать профессию, наиболее соответствующую потребности общества и его личным способностям и особенностям.
- 1) Подбор специальности
 - 2) Выбор учебного заведения
 - 3) Профессиональная ориентация
- 15.. Какие из представленных вариантов имеют отношение к целям адаптации
- 1) снижение степени озабоченности и неопределенности у новых работников
 - 2) сокращение текучести кадров

3) Оба имеют

15. О каком типе обучения идет речь: обучение кадров в целях усовершенствования знаний, умений, навыков и способов общения в связи с ростом требований к профессии или повышением в должности.

1) подготовка

2) повышение квалификации

3) переподготовка кадров

16. Какой вид карьеры означает, что работник может пройти все стадии развития последовательно в одной организации или разных, но в рамках одной профессии и одной специализации

1) специализированная

2) неспециализированная

3) карьера горизонтальная

17. Неспециализированная карьера широко развита в какой стране .

1) Китай

2) США

3) Япония

18. Вид карьеры, с которой чаще всего связывает само понятие деловой карьеры

1) карьера горизонтальная

2) карьера вертикальная

3) карьера ступенчатая

19. О каком этапе планирования деловой карьеры идет речь: В это период работник осваивает выбранную профессию, приобретает необходимые навыки, формирует свою квалификацию, происходит самоутверждение и появляется потребность к установлению независимости

1) этап становления

2) этап адаптации

3) этап продвижения

20. О какой группе персонала идет речь: это потенциально активная и подготовленная часть персонала организации, способная замещать вышестоящие должности, а также часть персонала, проходящая планомерную подготовку для занятия рабочих мест более высокой квалификации.

1) линейные руководители

2) заместители

3) кадровый резерв

Методические рекомендации по выполнению форм самостоятельной работы, указанных в рабочей программе дисциплины " Менеджмент в социокультурной сфере"

1. Реферат - письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Последовательность работы: 1. Выбор темы исследования. 2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы: ♦ выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата; сбор и изучение исходного материала, поиск литературы; ♦ анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы; сообщение о предварительных результатах исследования; ♦ литературное оформление исследовательской проблемы ♦ обсуждение работы (на семинаре, в студенческом научном обществе, на конференции и т.п.). Каждый элемент датируется временем начала и временем завершения.

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя:

введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования; ♦ основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы; заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации. 3. Поиск и изучение литературы.

Реферат печатается на стандартном листе бумаги формата А4. Левое поле -30 мм, правое - 15 мм, верхнее и нижнее - 20 мм. Шрифт Times New Roman размером 14, межстрочный интервал 1,5.

2Контрольная работа - самостоятельный труд студента, который способствует углублённому изучению пройденного материала

Основные задачи выполняемой работы: 1) закрепление полученных ранее теоретических знаний; 2) выработка навыков самостоятельной работы. Весь процесс написания контрольной работы можно условно разделить на следующие этапы: а) выбор темы и составление предварительного плана работы б) сбор научной информации, изучение литературы; в) анализ составных частей проблемы, изложение темы; г) обработка материала в целом. Тема контрольной работы выбирается студентом самостоятельно из предложенного списка тем. Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций прочитанных ранее.

Приступать к выполнению работы без изучения основных положений и понятий науки, не следует, так как в этом случае студент, как правило, плохо ориентируется в материале, не может отграничить смежные вопросы и сосредоточить внимание на основных, первостепенных проблемах рассматриваемой темы.

После выбора темы необходимо внимательно изучить методические рекомендации по подготовке контрольной работы, составить план работы, который должен включать основные вопросы, охватывающие в целом всю прорабатываемую тему. Контрольная работа излагается логически последовательно, грамотно и разборчиво. Она обязательно должна иметь титульный лист. Он содержит название высшего учебного заведения, название темы, фамилию, инициалы, учёное звание и степень научного руководителя, фамилию, инициалы автора, номер группы.

На следующем листе приводится содержание контрольной работы. Оно включает в себя: введение, название вопросов, заключение, список литературы. Введение должно быть кратким, не более 1 страницы. В нём необходимо отметить

актуальность темы, степень ее научной разработанности, предмет исследования, цель и задачи, которые ставятся в работе. Изложение каждого вопроса необходимо начать с написания заголовка, соответствующему оглавлению, который должен отражать содержание текста. Заголовки от текста следует отделять интервалами. Каждый заголовок обязательно должен предшествовать непосредственно своему тексту. В том случае, когда на очередной странице остаётся место только для заголовка и нет места ни для одной строчки текста, заголовок нужно писать на следующей странице.

Излагая вопрос, каждый новый смысловой абзац необходимо начать с красной строки. Закончить изложение вопроса следует выводом, итогом по содержанию данного раздела. Изложение содержания всей контрольной работы должно быть завершено заключением, в котором необходимо дать выводы по написанию работы в целом.

Страницы контрольной работы должны иметь нумерацию (сквозной). Номер страницы ставится вверху в правом углу. На титульном листе номер страницы не ставится. Оптимальный объём контрольной работы 10-15 страниц машинописного текста (размер шрифта 12-14) через

полуторный интервал на стандартных листах формата А-4, поля: верхнее -15 мм, нижнее

-15мм, левое -25мм, правое -10мм.

В тексте контрольной работы не допускается произвольное сокращение слов (кроме общепринятых).

По всем возникшим вопросам студенту следует обращаться за консультацией преподавателю. Срок выполнения контрольной работы определяется преподавателем и она должна быть сдана не позднее, чем за неделю до экзамена. По результатам проверки контрольная работа оценивается на 2-5 баллов. В случае отрицательной оценки, студент должен ознакомиться с замечаниями и, устранив недостатки, повторно сдать работу на проверку. Контрольные работы

могут быть двух видов: - выполненные на основе одного основного учебника, учебного пособия

с привлечением дополнительных источников; - суммирующие данные нескольких источников по одной определенной теме. Контрольные работы обычно содержат несколько вопросов и имеют несколько вариантов. Студент либо сам выбирает один из предложенных вариантов, либо преподаватель закрепляет за каждым студентом определенный вариант. Такая самостоятельная работа, как экономная и краткая форма анализа и записи прочитанного, развивает у студентов способность излагать сущность вопроса кратко, точно, понятно.

3. Презентация дает возможность наглядно представить инновационные идеи, разработки и планы. Учебная презентация представляет собой результат самостоятельной работы студентов, с помощью которой они наглядно демонстрируют материалы публичного выступления перед аудиторией.

Компьютерная презентация - это файл с необходимыми материалами, который состоит из последовательности слайдов. Каждый слайд содержит законченную по смыслу информацию, так как она не переносится на следующий слайд автоматически в отличие от текстового документа. Студенту - автору презентации, необходимо уметь распределять материал в пределах страницы и грамотно размещать отдельные объекты. В этом ему поможет целый набор готовых объектов (пиктограмм, геометрических фигур, текстовых окон и т.д.).

Бесспорным достоинством презентации является возможность при необходимости быстро вернуться к любому из ранее просмотренных слайдов или буквально на ходу изменить последовательность изложения материала. Презентация помогает самому выступающему не забыть главное и точнее расставить акценты.

Одной из основных программ для создания презентаций в мировой практике является программа PowerPoint компании Microsoft.

Структура презентации

Удерживать активное внимание слушателей можно не более 15 минут, а, следовательно, при среднем расчете времени просмотра - 1 минута на слайд, количество слайдов не должно превышать 15-ти.

Первый слайд презентации должен содержать тему работы, фамилию, имя и отчество исполнителя, номер учебной группы, а также фамилию, имя, отчество, должность и ученую степень преподавателя. На втором слайде целесообразно представить цель и краткое содержание презентации.

Последующие слайды необходимо разбить на разделы согласно пунктам плана работы.

На заключительный слайд выносятся самое основное, главное из содержания презентации.

Рекомендации по оформлению презентаций в Microsoft Power Point

Для визуального восприятия текст на слайдах презентации должен быть не менее 18 пт, а для

заголовков - не менее 24 пт.

Макет презентации должен быть оформлен в строгой цветовой гамме. Фон не должен быть слишком ярким или пестрым. Текст должен хорошо читаться. Одни и те же элементы на разных слайдах должны быть одного цвета.

Пространство слайда (экрана) должно быть максимально использовано, за счет, например, увеличения масштаба рисунка. Кроме того, по возможности необходимо занимать верхние $\frac{3}{4}$ площади слайда (экрана), поскольку нижняя часть экрана плохо просматривается с последних рядов.

Каждый слайд должен содержать заголовок. В конце заголовков точка не ставится. В заголовках должен быть отражен вывод из представленной на слайде информации. Оформление заголовков заглавными буквами можно использовать только в случае их краткости.

На слайде следует помещать не более 5-6 строк и не более 5-7 слов в предложении. Текст на слайдах должен хорошо читаться.

При добавлении рисунков, схем, диаграмм, снимков экрана (скриншотов) необходимо проверить текст этих элементов на наличие ошибок. Необходимо проверять правильность написания названий улиц, фамилий авторов методик и т.д.

Нельзя перегружать слайды анимационными эффектами - это отвлекает слушателей от смыслового содержания слайда. Для смены слайдов используйте один и тот же анимационный эффект.

Порядок и принципы выполнения компьютерной презентации

Перед созданием презентации необходимо четко определиться с целью, создаваемой презентации, построить вступление и сформулировать заключение, придерживаться основных этапов и рекомендуемых принципов ее создания.

Основные этапы работы над компьютерной презентацией:

1. Спланируйте общий вид презентации по выбранной теме, опираясь на собственные разработки и рекомендации преподавателя.
2. Распределите материал по слайдам.
3. Отредактируйте и оформите слайды.
4. Задайте единообразный анимационный эффект для демонстрации презентации.
5. Распечатайте презентацию.
6. Прогоните готовый вариант перед демонстрацией с целью выявления ошибок.
7. Доработайте презентацию, если возникла необходимость.

Основные принципы выполнения и представления компьютерной презентации

- помните, что компьютерная презентация не предназначена для автономного использования, она должна лишь помогать докладчику во время его выступления, правильно расставлять акценты;

- не усложняйте презентацию и не перегружайте ее текстом, статистическими данными и графическими изображениями;

- Не читайте текст на слайдах. Устная речь докладчика должна дополнять, описывать, но не пересказывать, представленную на слайдах информацию;

- дайте аудитории ознакомиться с информацией каждого нового слайда, а уже после этого давать свои комментарии показанному на экране. В противном случае внимание слушателей будет рассеиваться;

- делайте перерывы. Не следует торопиться с демонстрацией последующего слайда.

4. Методические указания по подготовке к устному опросу Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Тема и вопросы к семинарским занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины "Менеджмент в социокультурной сфере", выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

5. ПОДГОТОВКА К ТЕСТИРОВАНИЮ

Тестовые задания по дисциплине "Менеджмент в социокультурной сфере" составлены в соответствии с содержанием учебных программ курса и включают основные вопросы по всем темам, включенными в рабочую программу.

Выполнение тестовых заданий по дисциплине "Менеджмент в социокультурной сфере" является формой самостоятельной работы и осуществляется студентами в межсессионный или зачетно- экзаменационный периоды в срок не позднее, чем за один день до экзамена по соответствующей дисциплине.

При подготовке к сдаче теста необходимо изучить основные вопросы по данной дисциплине

7.1. Основная литература:

Герасимов, С.В. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие. [Электронный ресурс] : Учебные пособия / С.В. Герасимов, Т.Е. Лохина, Г.Л. Тульчинский. ? Электрон. Дан. ? СПб.: Лань, Планета музыки, 2010. ? 384 с. ? Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/1930> ? Загл. с экрана.

Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебное пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов; Под ред. М.П. Переверзева. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 192 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=347695>

7.2. Дополнительная литература:

Райченко А. В. Общий менеджмент: Учебник - Москва: ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2011 - 384с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=249549>

Исаев, Р.А. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: Учебник / Р.А. Исаев. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 264 с. доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=414940>

7.3. Интернет-ресурсы:

Федеральный портал "Российское образование": - <http://www.edu.ru/>.

официальный сайт министерства культуры и массовых коммуникаций. - <http://www.mkmk.ru>

Официальный сайт по вопросам культуры - <http://www.government.gov.ru>

сайт Минэкономразвития РФ в сети Интернет: (www.economy.gov.ru) в области социально-гуманитарного знания, теории социально-культурной деятельности, культурной политики и управления, социокультурного менеджмента и маркетинга, социально-культурного творчества, досуга, рекреации и туризма, культурно-воспитательной деятельности и образования. - <http://nalog.consultant.ru/doc11916.htmlru/>

электронные книги по менеджменту - <http://www.aup.ru/library/vn/002/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Менеджмент в социокультурной сфере" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Перечень используемых технических средств

- компьютер
- проектор

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 51.03.01 "Культурология" и профилю подготовки Культура стран и регионов мира

.

Автор(ы):

Долакова М.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Валеев Р.М. _____

"__" _____ 201__ г.