Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.02.2024 15:28:39
Уникальный программный ключ:
9dc4f904b97d8bf18fd5ed4040135cc3d02568ad

Бюджетное образовательное учреждение высшего образования Чувашской Республики «Чувашский государственный институт культуры и искусств» Министерства культуры, по делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета культуры
БОУ ВО «ЧГИКИ»
Минкультуры Чувашии
_____ Илларионова Л.В.
30 июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.О.07.03

Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях
Б1.О.07 Модуль проектной деятельности

Направление подготовки
51.03.02 Народная художественная культура

Профиль
Руководство хореографическим любительским коллективом

Уровень образования
Высшее образование – бакалавриат

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Чебоксары
2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 декабря 2017 г. № 1178 и ОПОП ВО по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура.

Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов 4 курса очной формы обучения направления подготовки 51.03.02 Народная художественная культура, направленности (профилю) Руководство хореографическим любительским коллективом.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры народного художественного творчества от 26 июня 2023 года, протокол № 11.

Подписи:

Автор С.Г. Соколова

Зав. кафедрой НХТ Р.М. Васильева

Содержание

1. Цель и задачи дисциплины……4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы……...4
3. Требования к результатам освоения дисциплины……...4
4. Объем дисциплины и виды учебной работы……5
5. Содержание дисциплины……...5
5.1. Разделы дисциплин и виды занятий……...5
5.2. Содержание разделов дисциплины……6
5.3. Тематика практических занятий……6
5.4. Самостоятельная работа студентов……7
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции……...8
6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся……...8
6.2. Критерии оценивания знаний, обучающихся по дисциплине……..9
6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся……..9
6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра……..9
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины……...9
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)……10
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины……...11

1. Цель и задачи дисциплины

Цель – научить будущих руководителей студий декоративно-прикладного творчества ориентироваться в области управления этнокультурными организациями как на уровне государственных органов, так на уровне руководителей этнокультурных организаций.

Задачи дисциплины «Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях» предполагают освоение студентами теоретического материала, выполнение комплекса практических заданий и получение навыков системного и аналитического мышления в области менеджмента и маркетинга в этнокультурных организациях.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях» является дисциплиной модуля проектной деятельности обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура, направленности (профиля) Руководство хореографическим любительским коллективом, очной формы обучения (Б1.О.07.03). Изучается в 7 семестре на 4 курсе.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках дисциплин: Основы права (ОПК-4; ПКО-9), Организация и руководство народным художественным творчеством (ОПК-3; ПКО-1, ПКО-2).

Освоение дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин и прохождения практик: Практики (УК-1, УК-2, УК-4, УК-5, УК-7, УК-8; ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4; ПКО-2, ПКО-3, ПКО-4, ПКО-5, ПКО-6, ПКО-7, ПКО-8, ПКО-9, ПКО-10, ПКО-11; ПКР-1, ПКР-4).

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Освоение данной дисциплины нацелено на освоение следующих образовательных результатов (ОР):

Компетенции и индикаторы её достижения в дисциплине	Образовательные результаты (этапы формирования компетенции)		
	теоретический *знает*	модельный *умеет*	практический *владеет*
Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2) ИУК-2.2. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели в сфере реализации проекта.	правовые и нормативные документы, регламентирующие решение поставленной задачи; правила и алгоритмы решения поставленной задачи	осуществлять поиск информации о способах и методах решения поставленной задачи; выявлять ресурсы, необходимые для ее решения; оценить экономическую эффективность выбранного метода решения проблемы; формировать алгоритмы решения задач	методами и методиками решения поставленной задачи, объективно отвечающими внутренней сути проблемы
Способен применять полученные знания в области культуроведения и социокультурного проектирования в	основы культуроведения; принципы, методики и технологии социокультурного проектирования	участвовать в исследовательских и проектных работах в профессиональной сфере	навыками применения исследовательских и проектных методов в профессиональной сфере; навыками сбора, обработки, анализа и

профессиональной деятельности и социальной практике (ОПК-1) ИОПК-1.2. Участвует в исследовательских и проектных работах в профессиональной сфере.			обобщения информации о приоритетных направлениях развития социокультурной сферы и отдельных отраслей культуры
Готов к владению методами разработки организационно-управленческих проектов и целевых программ сохранения и развития народной художественной культуры с использованием возможностей этнокультурных центров, клубных учреждений, музеев, средств массовой информации, коллективов народного художественного творчества, учебных заведений, домов народного творчества, фольклорных центров и других организаций и учреждений этнокультурной направленности (ПКО-11) ИПКО-11.2. Разрабатывает организационно-управленческий проект и целевую программу сохранения и развития народной художественной с учетом возможностей организаций и учреждений культуры.	специфику деятельности этнокультурных центров, клубных учреждений, музеев, средств массовой информации, коллективов народного художественного творчества, учебных заведений, домов народного творчества, фольклорных центров и других организаций и учреждений этнокультурной направленности; сущность и технологии проблемно-целевого анализа этнокультурной ситуации	разработать организационно-управленческий проект и целевую программу сохранения и развития народной художественной культуры с учетом возможностей этнокультурных центров, клубных учреждений, музеев, средств массовой информации, коллективов народного художественного творчества, учебных заведений, домов народного творчества, фольклорных центров и других организаций и учреждений этнокультурной направленности	основными технологиями разработки организационно-управленческих проектов и целевых программ сохранения и развития народной художественной культуры с использованием возможностей этнокультурных центров, клубных учреждений, музеев, средств массовой информации, коллективов народного художественного творчества, учебных заведений, домов народного творчества, фольклорных центров и других организаций, и учреждений этнокультурной направленности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Номер семестра	Учебные занятия				Консультация	Самостоятельная работа, ч.	Контроль, ч	Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час				
	Трудоемкость							
	Зачетные единицы	Часы						
7	2	72	12	20	-	40	-	зачет
Итого	2	72	12	20	-	40	-	зачет

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплин и виды занятий

№ раздела	Наименование раздела	Всего, (час)	Количество часов по формам организации обучения			
			Лекционные занятия	Практические занятия	Консультации	Самостоятельная работа, контроль
1	Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях» как совокупность науки и искусства управления	4	2	-	-	2
2	Менеджмент как система руководства и управления организациями культуры и искусства	5	2	-	-	3
3	Основы методологии менеджмента	5	2	-	-	3
4	Специальные методы менеджмента в организациях культуры и искусства	5	2	-	-	3
5	Организационная структура управления творческими коллективами культуры и искусства	5	2	-	-	3
6	Маркетинг и культура	5	2		-	3
7	Стратегии маркетинга	5	-	2	-	3
8	Товарная стратегия	5	-	2	-	3
9	Ценообразование и ценовая стратегия	7	-	4	-	3
10	Продвижение	5	-	2	-	3
11	Реализация	5	-	2	-	3
12	Брендинг, PR и реклама в сфере культуры	11	-	6	-	5
13	Организация и управление маркетингом	5	-	2	-	3
	ИТОГО	72	12	20	-	40

5.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в этнокультурных

организациях» как совокупность науки и искусства управления

Содержание и сущность категорий «менеджмент», «руководство» и «управление». Менеджмент в системе экономических дисциплин, основные функции курса и методология его изучения.

Интерактивные формы: лекция, тестирование.

Раздел 2. Менеджмент как система руководства и управления организациями культуры и искусства

Организация в сфере культуры и искусства. Система процессов менеджмента.

Интерактивные формы: лекция, тестирование.

Раздел 3. Основы методологии менеджмента

Закономерности и принципы менеджмента. Целеполагание. Функции менеджмента. Методы менеджмента.

Интерактивные формы: лекция, тестирование.

Раздел 4. Специальные методы менеджмента в организациях культуры и искусства

Маркетинговый подход в менеджменте. Бизнес-планирование и инвестиционное проектирование.

Интерактивные формы: лекция, тестирование.

Раздел 5. Организационная структура управления творческими коллективами культуры и искусства

Типы организационных структур управления. Проектирование организационной структуры управления.

Интерактивные формы: лекция, тестирование.

Раздел 6. Маркетинг и культура

Маркетинг и культурно-исторический опыт. Маркетинг и массовая культура. Коммерческая сфера культуры и маркетинг. Маркетинговая среда организаций культуры.

Интерактивные формы: лекция, тестирование.

Раздел 7. Стратегии маркетинга

Стратегия и планирование в условиях рынка. Типы и виды стратегии маркетинга. Зона деловой активности, маркетинговый комплекс.

Интерактивные формы: беседа, доклад с презентацией, тестирование.

Раздел 8. Товарная стратегия

Идея товара. Анализ места и конкуренции. Жизненный цикл товара и стратегия маркетинга. Лицензионная стратегия. Сертификация.

Интерактивные формы: беседа, доклад с презентацией, тестирование.

Раздел 9. Ценообразование и ценовая стратегия

Соотношение цены, спроса и предложения. Определение ёмкости рынка. Структура рынка. Определение ценовой ситуации. Определение метода ценообразования. Ценовая политика фирмы.

Интерактивные формы: беседа, доклад с презентацией, тестирование.

Раздел 10. Продвижение

Коммуникация. Реклама. Стимулирование продаж.

Интерактивные формы: беседа, доклад с презентацией, тестирование.

Раздел 11. Реализация

Каналы распределения. Товародвижение. Реализация.

Интерактивные формы: беседа, доклад с презентацией, тестирование.

Раздел 12. Брендинг, PR и реклама в сфере культуры

Бренд и брендинг. Имидж и репутация в брендинге. Имиджево-репутационные ожидания контактных групп PR. Бренд как система имиджей. Структура и содержание бренда. Выбор имени (нейминг) бренда. Технология позиционирования бренда. Брендинг, реклама и PR. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Сущность, цели и задачи

PR. Сфера культуры как PR2 . Бренд как интегрированная концепция. Маркетинг и мотивация работников творческого труда.

Интерактивные формы: беседа, доклад с презентацией, тестирование.

Раздел 13. Организация и управление маркетингом

Основные направления деятельности маркетинговой службы. Оценка предпринимательской деятельности организации культуры.

Интерактивные формы: беседа, доклад с презентацией, тестирование.

5.3. Тематика практических занятий

Название раздела	Тематика практических занятий	Трудоемкость, часы
Стратегии маркетинга	Стратегия и планирование в условиях рынка. Типы и виды стратегии маркетинга. Зона деловой активности, маркетинговый комплекс	2
Товарная стратегия	Идея товара. Анализ места и конкуренции. Жизненный цикл товара и стратегия маркетинга. Лицензионная стратегия. Сертификация	2
Ценообразование и ценовая стратегия	Соотношение цены, спроса и предложения. Определение ёмкости рынка. Структура рынка. Определение ценовой ситуации. Определение метода ценообразования. Ценовая политика фирмы	4
Продвижение	Коммуникация. Реклама. Стимулирование продаж	2
Реализация	Каналы распределения. Товародвижение. Реализация	2
Брендинг, PR и реклама в сфере культуры	Бренд и брендинг. Имидж и репутация в брендинге. Имиджево-репутационные ожидания контактных групп PR. Бренд как система имиджей. Структура и содержание бренда. Выбор имени (нейминг) бренда. Технология позиционирования бренда. Брендинг, реклама и PR. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Сущность, цели и задачи PR. Сфера культуры как PR^2 . Бренд как интегрированная концепция. Маркетинг и мотивация работников творческого труда	6
Организация и управление маркетингом	Основные направления деятельности маркетинговой службы. Оценка предпринимательской деятельности организации культуры	2
Итого		**20**

5.4 Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Содержание раздела	Виды СРС		Объем (час.)	Формы контроля
		обязательные	дополнительные		
7 семестр					
1	Содержание и сущность категорий «менеджмент», «руководство» и «управление». Менеджмент в системе экономических дисциплин, основные функции курса и методология его изучения	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	2	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
2	Организация в сфере культуры и искусства. Система процессов менеджмента	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование

3	Закономерности и принципы менеджмента. Целеполагание. Функции менеджмента. Методы менеджмента	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
4	Маркетинговый подход в менеджменте. Бизнес-планирование и инвестиционное проектирование	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
5	Типы организационных структур управления. Проектирование организационной структуры управления	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
6	Маркетинг и культурно-исторический опыт. Маркетинг и массовая культура. Коммерческая сфера культуры и маркетинг. Маркетинговая среда организаций культуры	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
7	Стратегия и планирование в условиях рынка. Типы и виды стратегии маркетинга. Зона деловой активности, маркетинговый комплекс	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
8	Идея товара. Анализ места и конкуренции. Жизненный цикл товара и стратегия маркетинга. Лицензионная стратегия. Сертификация	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
9	Соотношение цены, спроса и предложения. Определение ёмкости рынка. Структура рынка.	Самостоятельная работа с литературой,	Изучение дополнительной литературы,	3	Проверка конспекта по теме. Устный

	Определение ценовой ситуации. Определение метода ценообразования. Ценовая политика фирмы	конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях		опрос. Доклад с презентацией, тестирование
10	Коммуникация. Реклама. Стимулирование продаж	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
11	Каналы распределения. Товародвижение. Реализация	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
12	Бренд и брендинг. Имидж и репутация в брендинге. Имиджево-репутационные ожидания контактных групп PR. Бренд как система имиджей. Структура и содержание бренда. Выбор имени (нейминг) бренда. Технология позиционирования бренда. Брендинг, реклама и PR. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Сущность, цели и задачи PR. Сфера культуры как PR^2 . Бренд как интегрированная концепция. Маркетинг и мотивация работников творческого труда	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	5	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
13	Основные направления деятельности маркетинговой службы. Оценка предпринимательской деятельности организации культуры	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	3	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
	ИТОГО			**40**	

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения тестовых заданий по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой тестовых материалов.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

подготовки к устным докладам (мини-выступлениям) с презентациями;

изучения методических материалов и рекомендуемой литературы.

Содержание и порядок выступлений, обучающихся на практических занятиях

Каждый студент самостоятельно или в группе готовит учебную презентацию к каждому практическому занятию, выбрав тот или иной из предложенных выше вопросов и ориентируясь на особенности составления презентаций об искусстве и культуре.

а) структура презентации:

- титульный лист;
- содержание (изложение учебного материала) в виде текстовой, графической информации, аудио и видеоматериалов;
- система самоконтроля и самопроверки;
- словарь терминов;
- использованные источники с краткой аннотацией.

б) требования к презентации:

- объем – не менее 10 слайдов;
- шрифт текста - не менее 14 пт.;
- текст должен занимать не более 1/4 всего объема презентации;
- презентация должна иметь музыкальное сопровождение.

в) требования к выступлению:

- время выступления – не более 10 – 15 минут;
- не следует помещать весь текст выступления на слайдах презентации (они должны иллюстрировать презентуемую информацию);
- выступающий должен демонстрировать свободу и глубину владения представляемым материалом; умение уверенно излагать его языком, доступным для понимания.

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции

6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Тестирование по каждому разделу курса	Тестирование выполняется в форме письменного тестирования по каждому разделу курса. Регламент – 1-1.5 минуты на один вопрос.	Тестовые задания
2.	Выступление с презентацией	В процессе самостоятельной подготовки к выступлению студент готовит доклад и презентацию. Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика докладов выдается на первых практических занятиях, студент готовится к каждому практическому занятию, осуществляя выбор того или иного вопроса внутри темы. Студент может осуществлять подготовку к практическому занятию самостоятельно или в микрогруппе. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. При подготовке студентом изучаются разнообразные источники (литература, видео-фильмы, научно-популярные программы и пр.), на основе которых составляется текст доклада и презентация к выступлению. На подготовку дается одна-две недели. Регламент – 10-15 мин. на выступление. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы.	Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы выступлений с презентациями на практических занятиях)

3.	Зачёт по содержанию всего курса в традиционной форме	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценки учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» – практико-ориентированными заданиями	Комплект примерных вопросов к зачёту

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на практических занятиях путем суммирования заработанных в течение семестра баллов.

6.2. Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине
7 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1	Посещение лекций	1	6
2	Посещение практических занятий	1	10
3	Работа на практических занятиях	10	100
4	Тестирование по каждому разделу семестра (13 разделов)	4	52
6	Зачёт		32
ИТОГО:	2 зачетных единицы		200

6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

Семестры		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Тестирование по каждому разделу	Зачёт
7 семестр	Разбалловка по видам работ	6 x 1= 6 баллов	10 x 1=10 баллов	10 x 10=100 баллов	52 балла	32 балла
	Суммарный макс. балл	6 баллов max	10 баллов max	100 баллов max	52 балла max	32 балла max
	ИТОГО					200 баллов

6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях», трудоёмкость которой составляет 2 ЗЕТ 7 семестр), обучающийся набирает определённое количество баллов согласно следующей таблице:

Оценка	Баллы (2 ЗЕ)
«зачтено»	Более 100
«не зачтено»	100 и менее

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Кросс-культурный менеджмент : учебник / С. В. Бутова, Е. П. Костенко, И. П. Маличенко [и др.]. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. – 306 с. – Текст : электронный // Университетская библиотека ONLINE : электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691422.

2. Мясоедов, С. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. – 3-е изд. – Москва : Юрайт, 2023. – 314 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/511007.

Дополнительная литература

1. Амеличкин, А. В. Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере : учебное пособие для бакалавров / А. В. Амеличкин. – 2-е изд., доп. – Орел : ОГИИК, 2018.

– 131 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/156766.

2. Байрнс, У. Д. Менеджмент и культура / У. Д. Байрнс. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с. – (Исследования культуры). – Текст : электронный // Университетская библиотека ONLINE : электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57724.

3. Баканов, Е. А. Проектный менеджмент в социально-культурной деятельности : практикум по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность» / Е. А. Баканов. – Кемерово : КемГИК, 2018. – 56 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/121888.

4. Кросс-культурный менеджмент : учебное пособие / Д. В. Запорожец, А. В. Назаренко, Д. С. Кенина [и др.]. – Ставрополь : СтГАУ, 2018. – 88 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/141598.

5. Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях : учебно-методическое пособие для направления подготовки 51.03.02 Народная художественная культура / Чувашский государственный институт культуры и искусств ; сост. Г. Н. Петров. – Чебоксары : ЧГИКИ, 2015. – 144 с.

6. Солодухина, Т. К. Основные направления воспитания этнокультурной ответственности в национально-культурных центрах / Т. К. Солодухина, В. И. Солодухин // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – № 3. – С. 137-142.

7. Солодухина, Т. К. Этнокультурное образование подрастающего поколения в национально-культурном центре / Т. К. Солодухина, В. И. Солодухин // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 6. – С. 117-122.

8. Шекова, Е. Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры : практикум / Е. Л. Шекова, Г. Л. Тульчинский. – 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Планета музыки, 2023. – 156 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/278816.

9. Юдина, А. И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности : учебное пособие / А. И. Юдина. – Кемерово : КемГИК, 2018. – 127 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/121931.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование дисциплины	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях	http://fictionbook.ru/author/marel_petrovich_pereverzev/menedjment_v_sfere_kulturiy_i_iskusstva_/- http://booksrus.ru/5578-etika-i-kultura-upravleniya-uchebnoe-posobie-irina-osipova.html	Менеджмент в сфере культуры и искусства. Этика и культура управления.	Свободный доступ

Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей

1.	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/)	договор №198/12 от 05.12.2022 г. договор ВКР03/02-2023 от 03.02.2023 г.	с 15.02.2023 по 14.02.2024	100%
2	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (http://biblioclub.ru)	договор №170-12/2022 от 07.12.2022 г.	с 11.03.2023 по 10.03.2024	100%
3.	ЭБС Юрайт (https://urait.ru)	договор №197/12 от 05.12.2022 г.	с 01.03.2023 по 28.02.2024	100%

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное изучение курса требует от обучающихся активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя.

Подготовка к **практическим занятиям**.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить учебный материал по теме занятия (использовать конспект теоретического материала, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников, видеофильмов, научно-популярных программ). В случае затруднений, возникающих при освоении учебного материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Подготовка к практическому занятию должна включать в себя:

1) подбор литературы по выбранной теме;
2) классификацию материала;
3) разработку выбранной самим студентом интерактивной формы работы;
4) подготовку к самостоятельному изложению материала на занятии.

При работе над темами, определенными для самостоятельного изучения, необходимо:

1) подобрать и изучить литературу по теме, а также дополнительный материал;
2) законспектировать основные положения;
3) подготовить презентацию;
4) подготовится к устному раскрытию темы.

Результаты работы на практических занятиях оцениваются в баллах в соответствии с балльно-рейтинговой системой.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных помещений и помещение для самостоятельной работы	Оснащенность Специальных помещение и помещение для самостоятельной работы	Приспособленность помещение для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья
Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, занятий семинарского типа (практические занятия), для групповых и индивидуальных консультаций, текущего	Стулья ученические – 10 шт., стол – 5 шт., персональный компьютер с выходом в «Интернет», наглядные средства обучения, натурные образцы, драпировки, комплект сценических костюмов, ткани, отделочные материалы, наборы демонстрационного оборудования и учебно- наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, выставочные витрины – 2 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт №	* для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено

	контроля и промежуточной аттестации (132)	8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader	

ЛИСТ
согласования рабочей программы

Направление подготовки: 51.03.02 Народная художественная культура

Направленность (профиль): Руководство хореографическим любительским коллективом

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях

Учебный год: 2023–2024

Форма обучения: Очная

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры народного художественного творчества
протокол № 11 от 26 июня 2023 г.

Ответственный исполнитель зав. кафедрой НХТ
_____ _____ _____ Васильева Р.М. 26.06.2023 г.
подпись расшифровка подписи дата

Исполнитель: Соколова С.Г.
доцент кафедры народного художественного творчества
_____ _____ _____Соколова С.Г._____26.06.2023 г.
должность подпись расшифровка подписи дата

СОГЛАСОВАНО:
Заведующий кафедрой
народного художественного творчества
_____Васильева Р.М.__26.06.2023 г.
наименование кафедры *личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

Декан факультета культуры
_____Илларионова Л.В._26.06.2023 г.
наименование факультета *личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой_____ _____Илларионова О.В._26.06.2023 г.
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Представитель УМО_____Федорова Н.К.__ 26.06.2023 г.
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Лист регистрации изменений

Номера страниц				Номер и дата документа об изменении	Должностное лицо, вводившее изменения		Дата ввода изменений	Срок введения изменения
изменен-ных	заменен-ных	новых	аннули-рованных		Ф.И.О., долж-ность	под-пись		