Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце:

ФИО: Баскакова Бълдъя Стибе образовательное учреждение высшего образования Чувашской Республики Должность: Ректор вашский государственный институт культуры и искусств» Министерства культуры, по Дата подписания: 09.02.2024 15:28:07 Уникальный программный ключ. Делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики 9dc4f904b97d8bf18fd5ed4040135cc3d02568ad

ТВЕРЖДАЮ
Декан факультета культуры
БОУ ВО «ЧГИКИ»
Минкультуры Чувашии
Илларионова Л.В.

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 студией декоративно-прикладного творчества

Уровень образования **Высшее образование – бакалавриат**

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения Заочная

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 5 курса заочной формы обучения направления подготовки 51.03.02 Народная художественная культура, направленности (профилю) Руководство студией декоративно-прикладного творчества.

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

Подписи:

Автор

Зав. кафедрой НХТ

С.Г. Соколова

Р.М. Васильева

Содержание

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	
3. Требования к результатам освоения дисциплины	
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	
5. Содержание дисциплины	
5.1. Разделы дисциплин и виды занятий	
5.2. Содержание разделов дисциплины	
5.3. Тематика практических занятий	
5.4. Самостоятельная работа студентов	
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений	й,
навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формиро	вания
компетенции	8
6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуто	чного
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 студией декоративно-прикладного творчества, заочной формы обучения (Б1.О.07.03 Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях). Изучается в 9 семестре.

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), Методика руководства студией декоративно-прикладного творчества (УК-2; ПКР-2, ПКР-3).

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	Образовательные ре	зультаты (этапы формирова	ния компетенции)
индикаторы её достижения в	теоретический	модельный	практический
дисциплине	знает	умеет	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	основы культуроведения; принципы, методики и технологии	участвовать в исследовательских и проектных работах в	навыками применения исследовательских и проектных методов в

	I		
культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике (ОПК-1) ИОПК-1.2. Участвует в исследовательских и проектных работах в профессиональной сфере.	социокультурного проектирования	профессиональной сфере	профессиональной сфере; навыками сбора, обработки, анализа и 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

	Учебные занятия				В			
Номер	Всего Трудоемкость		час	ские	тация	тельная а, ч.	ль, ч	Форма
ра	Зачетные		Практические занятия, час	Консультация	Самостоятель работа, ч.	Контроль	промежуточной аттестации	
9	2	72	2	6	-	60	4	зачет
Итого	2	72	2	6	-	60	4	зачет

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплин и виды занятий

					Количество часов по формам организации обучения			
№ раздела	Наименование раздела	Всего, (час)	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	-	4		
2	Менеджмент как система руководства и управления организациями культуры и искусства и и	5	2	2	-	6		
3	Основы методологии менеджмента	5	-	-	-	4		
4	Специальные методы менеджмента в организациях культуры и искусства	5	-	2	-	6		
5	Организационная структура управления творческими коллективами культуры и искусства и	5	-	2	-	6		
6	Маркетинг и культура	5	-	-	-	4		
7	Стратегии маркетинга	5	-	-	-	4		
8	Товарная стратегия	5	-	-	-	4		
9	Ценообразование и ценовая стратегия	7	-	-	-	6		
10	Продвижение	5	-	-	-	6		
11	Реализация	5	-	-	-	4		
12	Брендинг, PR и реклама в сфере культуры	11	-	-	-	6		
13	Организация и управление маркетингом	5	-	-	-	4		
	ИТОГО	72	2	6	-	64		

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	2
Продвижение	Коммуникация. Реклама. Стимулирование продаж	2
Итого		6

5.4 Самостоятельная работа студентов

No	Содоружний раздала	Виды	CPC	Объем	Формы
Π/Π	Содержание раздела	обязательные дополнительные		(час.)	контроля
		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	4	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	6	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	4	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
4	Маркетинговый подход в менеджменте. Бизнес-	Самостоятельная работа с	Изучение дополнительной	6	Проверка конспекта по

5	планирование и инвестиционное проектирование Типы организационных структур	литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях Изучение		теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
	управления. Проектирование организационной структуры управления	работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	6	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	4	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	4	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	4	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
9	Соотношение цены, спроса и предложения. Определение ёмкости рынка. Структура рынка. Определение ценовой ситуации. Определение метода ценообразования. Ценовая политика фирмы	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к докладу с презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	6	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
10	Коммуникация. Реклама. Стимулирование продаж	Самостоятельная работа с литературой, конспектирование, подготовка к	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований,	6	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с

		T			J
		докладу с	подготовка		презентацией,
		презентацией	докладов на		тестирование
			научно-		
			практических		
			конференциях		
11	Каналы распределения.	Самостоятельная	Изучение		Проверка
	Товародвижение. Реализация	работа с	дополнительной		конспекта по
		литературой,	литературы,		теме. Устный
		конспектирование,	проведение		опрос.
		подготовка к	исследований,		Доклад с
		докладу с	подготовка	4	презентацией,
		презентацией	докладов на		тестирование
			научно-		
			практических		
			конференциях		
12	Бренд и брендинг. Имидж и	Самостоятельная	Изучение		Проверка
12	репутация в брендинге.	работа с	дополнительной		конспекта по
	1 2				теме. Устный
	Имиджево-репутационные	литературой,	литературы,		
	ожидания контактных групп PR.	конспектирование,	проведение		опрос.
	Бренд как система имиджей.	подготовка к	исследований,		Доклад с
	Структура и содержание бренда.	докладу с	подготовка		презентацией,
	Выбор имени (нейминг) бренда.	презентацией	докладов на		тестирование
	Технология позиционирования		научно-	6	
	бренда. Брендинг, реклама и PR.		практических	O	
	Интегрированные маркетинговые		конференциях		
	коммуникации. Сущность, цели и				
	задачи PR. Сфера культуры как				
	PR ² . Бренд как интегрированная				
	концепция. Маркетинг и				
	мотивация работников				
	творческого труда				
13	Основные направления	Самостоятельная	Изучение		Проверка
15	деятельности маркетинговой	работа с	дополнительной		конспекта по
	службы. Оценка	литературой,	литературы,		теме. Устный
	предпринимательской	конспектирование,	проведение		опрос.
	деятельности организации	подготовка к	проведение исследований,		Доклад с
	•	7 '	· ·	4	
	культуры	докладу с	подготовка		презентацией,
		презентацией	докладов на		тестирование
			научно-		
			практических		
	***************************************		конференциях		
	ИТОГО			64	

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

		нтроля для оценки компетенции обучающихся	
No	Наименование	Краткая характеристика процедуры оценивания	Представление
п/п	оценочного	компетенций	оценочного средства
	средства		в фонде
1.	Тестирование	Тестирование выполняется в форме письменного	Тестовые задания
	по каждому	тестирования по каждому разделу курса. Регламент – 1-1.5	
	разделу курса	минуты на один вопрос.	
2.	Выступление с	В процессе самостоятельной подготовки к выступлению	Вопросы для
	презентацией	студент готовит доклад и презентацию.	самостоятельного
		Доклад – продукт самостоятельной работы	изучения
		обучающегося, представляющий собой публичное	обучающимися
		выступление по представлению полученных результатов	(темы выступлений
		решения определенной учебно-исследовательской или	с презентациями на
		научной темы. Тематика докладов выдается на первых	практических
		практических занятиях, студент готовится к каждому	занятиях)
		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.	
3.	Зачёт по	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного	Комплект
	содержанию	процесса. При выставлении оценки учитывается уровень	примерных
	всего курса в	приобретенных компетенций студента. Компонент	вопросов к зачёту
	традиционной	«знать» оценивается теоретическими вопросами по	
	форме	содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и	
		«владеть» – практико-ориентированными заданиями	

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

№	Вид деятельности	Максимальное	Максимальное
п/п		количество	количество баллов
		баллов за занятие	по дисциплине
1	Посещение лекций	1	1
2	Посещение практических занятий	1	3
3	Работа на практических занятиях	30	90
4	Тестирование	74	74
6	Зачёт		32
ИТОГО:	2 зачетных единицы		200

6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

9 семестр

Семестры		Посещение лекций	Посещение практически х занятий	Работа на практически х занятиях	Тестирование по каждому разделу	Зачёт
9 семестр	Разбалловка по видам работ	1 х 1= 1 балл	3 x 1= 3 балла	30 x 3=90 баллов	74 балла	32 балла
	Суммарный макс. балл	1 балл тах	3 балла тах	90 баллов тах	74 балла тах	32 балла тах
	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 (9 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. C. 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

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

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

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

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.

<u>При работе над темами, определенными для самостоятельного изучения,</u> 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	Наименование специальных помещений и помещение для самостоятельной	Оснащенность Специальных помещение и помещение для самостоятельной работы	Приспособленность помещение для использования инвалидами и лицами с ограниченными
учебным планом	работы		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 контроля и промежуточной аттестации (132)	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: «Місгоѕоft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader	* для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха — приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено

ЛИСТ согласования рабочей программы

Исполнитель: Соколова С.Г. доцент кафедры народного художестве	нього творчества		
	Сокол	26.06.2023 г.	
должность	подпись расш	пифровка подписи	дата
СОГЛАСОВАНО:	Λ		
Заведующий кафедрой	OI.		
народного художественного творчества	JAD.		
	V 1/ A	Васильева Р.М.	26.06.2023 г.
наименование кафедры	личная подпись	расшифровка подписи	дата
Декан факультета культуры	louf		
			<u>В. 26.06.2023 г.</u>
наименование факультета	личная подпись	расшифровка подписи	дата
	all		
Заведующая библиотекой	<i>y</i>	<u> Илларионова О.</u> Е	3. 26.06.2023 г.
	личная подпись	расшифровка подписи	дата
	head		
Представитель УМО	VIII	Федорова Н.К.	_26.06.2023 г.
•	личная подпись	расшифровка подписи	дата

Лист регистрации изменений

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