

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.08.2024 15:20:33
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
БГУ ВО «ЧГИИ»
Министерства культуры Чувашии
Илларионова Л.В.
26 июня 2024 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 студией декоративно-прикладного творчества

Уровень образования
Высшее образование – бакалавриат

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Чебоксары
2024 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 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 2024 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.....	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 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 индикаторы её достижения в дисциплине	Образовательные результаты (этапы формирования компетенции)		
	теоретический <i>знает</i>	модельный <i>умеет</i>	практический <i>владеет</i>
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

<p>культуроведения и социокультурного проектирования в профессиональной деятельности и социальной практике (ОПК-1)</p> <p>ИОПК-1.2. Участвует в исследовательских и проектных работах в профессиональной сфере.</p>	<p>социокультурного проектирования</p>	<p>профессиональной сфере</p>	<p>профессиональной сфере; навыками сбора, обработки, анализа и обобщения информации о приоритетных направлениях развития социокультурной сферы и отдельных отраслей культуры</p>
<p>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)</p> <p>ИПКО-11.2. Разрабатывает организационно-управленческий проект и целевую программу сохранения и развития народной художественной с учетом возможностей организаций и учреждений культуры.</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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</p>

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						
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

№ 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	-	4
2	Менеджмент как система руководства и управления организациями культуры и искусства	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	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

№ 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	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

	планирование и инвестиционное проектирование	литературой, конспектирование, подготовка к докладу презентацией	литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях		теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
5	Типы организационных структур управления. Проектирование организационной структуры управления	Самостоятельная работа литературой, конспектирование, подготовка к докладу презентацией	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований, подготовка докладов на научно-практических конференциях	6	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 литературой, конспектирование, подготовка к докладу 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 литературой, конспектирование, подготовка к докладу 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 литературой, конспектирование, подготовка к докладу 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 литературой, конспектирование, подготовка к докладу 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 литературой, конспектирование, подготовка к	Изучение дополнительной литературы, проведение исследований,	6	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с

		докладу с презентацией	подготовка докладов на научно-практических конференциях		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	4	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	6	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	4	Проверка конспекта по теме. Устный опрос. Доклад с презентацией, тестирование
	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

№ 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	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 практических занятий	Работа на практических занятиях	Тестирование по каждому разделу	Зачёт
9 семестр	Разбалловка по видам работ	1 x 1= 1 балл	3 x 1= 3 балла	30 x 3=90 баллов	74 балла	32 балла
	Суммарный макс. балл	1 балл max	3 балла max	90 баллов max	74 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 (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. – 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 №74373/24 от 28.11.2023 г. договор ВКР17/01-2024 от 17.01.2024 г.	с 15.02.2024 по 14.02.2025	100%
2	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (http://biblioclub.ru)	договор №141-11/2023 от 24.11.2023 г.	с 11.03.2024 по 10.03.2025	100%
3.	ЭБС Юрайт (https://urait.ru)	договор №197/24 от 28.11.2023 г.	с 29.02.2024 по 28.02.2025	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) подготовиться 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 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: «Microsoft 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**

Направление подготовки: 51.03.02 Народная художественная культура

Направленность (профиль): Руководство студией декоративно-прикладного творчества

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях

Учебный год: 2024–2025


Форма обучения: Заочная

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры народного художественного творчества
протокол № 11 от 26 июня 2024 г.

Ответственный исполнитель зав. кафедрой НХТ


		
	Васильева Р.М.	26.06.2024 г.
<small>подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

Исполнитель: Соколова С.Г.
доцент кафедры народного художественного творчества


		
	Соколова С.Г.	26.06.2024 г.
<small>должность</small>	<small>подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>

СОГЛАСОВАНО:

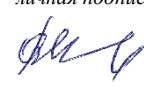
Заведующий кафедрой
народного художественного творчества

		
<small>наименование кафедры</small>	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>
		<small>дата</small>

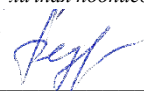
Декан факультета культуры

		
<small>наименование факультета</small>	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>
		<small>дата</small>

Заведующая библиотекой

		
	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>
		<small>дата</small>

Представитель УМО

		
	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>
		<small>дата</small>

Лист регистрации изменений

Номера страниц				Номер и дата документа об изменении	Должностное лицо, введившее изменения		Дата ввода изменений	Срок введения изменения
измененных	замененных	новых	аннулированных		Ф.И.О., должность	подпись		