

Рабочая программа дисциплины

**Менеджмент в сфере искусства**

<i>Специальность</i>	Режиссура кино и телевидения
<i>Код</i>	55.05.01
<i>Специализация</i>	Режиссер игрового кино- и телефильма
<i>Квалификация выпускника</i>	Режиссер игрового кино- и телефильма

---

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

<b>Группа компетенций</b>	<b>Категория компетенций</b>	<b>Код</b>
Общепрофессиональные	Командная работа и лидерство	УК-3
Профессиональные	-	ПК-6

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2. умеет вырабатывать и реализовывать командную стратегию
ПК-6	Способен в качестве руководителя творческого коллектива формировать цели команды, принимать решения в ситуациях риска, оказывать помощь работникам	ПК – 6.1 Знает основы эффективной коммуникации в коллективе; ПК – 6.2 умеет использовать свой производственный опыт и теоретические знания в целях профессионального совершенствования членов съемочной группы; ПК – 6.3. способен на основании выработанного творческого решения ставить конкретные задачи всем подразделениям съемочной группы;

**3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине**

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

<b>Дескрипторы по дисциплине</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>

Код индикатора достижения компетенции	УК-3.2	УК-3.2	УК-3.2
	- способы выработки и реализации командной стратегии;	- вырабатывать и реализовывать командную стратегию	- навыками выработки и реализации командной стратегии
Код индикатора достижения компетенции	ПК – 6.1	ПК – 6.1	ПК – 6.1
	варианты управленческих решений для решения конкретных задач подразделениями съёмочной группы	решать вопросы производственного взаимодействия съёмочной группы для решения творческих задач	технологиями эффективного взаимодействия подразделений съёмочной группы для выработанного творческого решения
Код индикатора достижения компетенции	ПК – 6.2	ПК – 6.2	ПК – 6.2
	современные модели телевизионной и киноиндустрии	осуществлять выбор целей, задач и стратегии развития организаций кинематографии и телевидения	методикой изучения конъюнктуры рынка кино и телевидения;
Код индикатора достижения компетенции	ПК – 6.3	ПК – 6.3	ПК – 6.3
	- принципы командообразования	- в качестве руководителя творческого коллектива решать конфликтные ситуации, снижая риски и потери ошибочных решений и оказывать помощь сотрудникам	- качествами лидера для создания мотивации коллектива для обучения, развития и совершенствования профессиональных качеств

#### **4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Менеджмент в сфере искусства» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Экономика кинопроизводства», «Управление проектами» и др.

В рамках освоения программы специалитета выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: художественно-творческий, творческо-производственный.

Специализация программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Режиссер игрового кино-и телефильма.

### 5. Объем дисциплины

Виды учебной работы		Формы обучения
		Очная
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы		2/72
<b>Контактная работа:</b>		
	Занятия лекционного типа	16
	Занятия семинарского типа	16
	Промежуточная аттестация: зачет / зачет с оценкой / экзамен /	0,1
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b>		39,9

### 6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

##### 6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занятия	
1.	Понятие и характеристика сферы культуры	1		1				4
2.	Виды учреждений культуры	1		1				4
3.	Теоретические концепции в области экономики и менеджмента организаций культуры	2		2				3
4.	Источники финансирования. Привлечённые источники.	2		2				4
5.	Источники финансирования. Государственные и собственные источники.	2		2				4
6.	Кадровые ресурсы учреждений культуры	2		2				5,9
7.	Добровольчество в сфере культуры	2		2				5

8.	Роль маркетинга в деятельности учреждения культуры	2		2				5
9.	Маркетинговые стратегии различных учреждений культуры	2		2				5
	Промежуточная аттестация	0,1						
	Итого	16		16				39,9

## 6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

### 6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного курса
1.	Понятие и характеристика сферы культуры	Понятие сферы культуры. Коммерческая и некоммерческая составляющие сферы культуры. Классификация услуг сферы культуры. Первичный и вторичный продукт культуры. Экономическая, социальная, политическая роли сферы культуры. Характеристики спроса на услуги сферы культуры. Сравнение показателей сферы культуры РФ и зарубежных стран.
2.	Виды учреждений культуры	Учреждения культуры – казённые, бюджетные, их отличия от автономных учреждений. Бюджетно-сметное финансирование, субсидирование. Содержание государственного (муниципального) задания. Требования к наблюдательному совету автономного учреждения. Особенности оценки эффективности учреждения культуры.
3.	Теоретические концепции в области экономики и менеджмента организаций культуры	Исторический аспект становления менеджмента в СКД. Исследования Баумоля и Боуэна. Проблема ограничения роста производительности труда творческого персонала. Особенности материального стимулирования труда в некоммерческих организациях культуры. Понятие психологического дохода. Специфика финансового менеджмента организаций культуры. Болезнь Баумоля. Теория производства общественных благ. Теория невыполненного контракта. Теория контроля стейкхолдеров. Социальный маркетинг, добровольчество и фандрейзинг.
4.	Источники финансирования. Привлечённые источники.	Имущественные и кадровые ресурсы некоммерческих организаций культуры. Классификация источников финансирования. Национальные особенности использования источников финансирования. Благотворительность, спонсорство, патронаж, меценатство, пожертвование, членство, гранты. Особенности практики применения привлечённых источников в РФ и США. Чистая филантропия. Корпоративные социальные инвестиции. Стратегическая филантропия. Роль благотворительных фондов в США и

		её отличия от РФ.
5.	Источники финансирования. Государственные и собственные источники.	Прямые и косвенные государственные источники финансирования. Бюджетные субсидии. Гранты. Тендерное финансирование. Гос. Кредиты. Распределение бюджетных средств через фонды. Налоговые льготы НКО. Налоговые льготы для благотворителей. Дотации отдельным категориям населения. Гос. гарантии по кредитам. Основные и дополнительные направления коммерческой деятельности организации культуры. Доходы от некоммерческой и предпринимательской деятельности.
6.	Кадровые ресурсы учреждений культуры	Особенности творческого персонала в сфере культуры. Иерархия потребностей для работников творческого труда. Теория трёх потребностей. Двухфакторная мотивационно-гигиеническая концепция мотивации. Теория ожиданий. Теория справедливости. Проблемы мотивации работников творческого труда.
7.	Добровольчество в сфере культуры	Особенности структуры использования добровольчества в РФ и США. Особенности мотивации добровольцев в РФ и США. Нематериальное стимулирование волонтеров. Практическое, информационное, привилегированное стимулирование. Направления работы волонтеров в НКО. Типовое положение о волонтерской службе.
8.	Роль маркетинга в деятельности учреждения культуры	Проблемы маркетинга в сфере культуры. Классическая концепция маркетинга и концепция маркетинга в сфере культуры. Рынок доноров. Рынки инвесторов, спонсоров, волонтеров. Продукты культурной организации. Виды оргструктур отделов маркетинга. Маркетинговая среда учреждения культуры. Макро и микросреда. Характеристики услуг учреждений культуры. Алгоритм действий зрителя. Ценовая политика учреждения культуры. Особенности ценовой политики в РФ и Западной Европе и США. Ценовая дискриминация. Социальная реклама. Спонсорство в сфере культуры. Структура спонсоров проекта. Выгоды спонсорства.
9.	Маркетинговые стратегии различных учреждений культуры	Маркетинговая стратегия концертной организации. Сегментирование, SWOT-анализ. Маркетинговая стратегия театра. Маркетинговая стратегия центра современного искусства.

#### 6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Понятие и характеристика сферы культуры	1. Экономическая, социальная, политическая роли сферы культуры. 2. Характеристики спроса на услуги сферы культуры. 3. Сравнение показателей сферы культуры РФ и зарубежных стран.
2.	Виды учреждений культуры	1. Содержание государственного (муниципального) задания.

		<p>2. Требования к наблюдательному совету автономного учреждения.</p> <p>3. Особенности оценки эффективности учреждения культуры.</p>
3.	Теоретические концепции в области экономики и менеджмента организаций культуры	<p>1. Особенности материального стимулирования труда в некоммерческих организациях культуры.</p> <p>2. Специфика финансового менеджмента организаций культуры.</p> <p>3. Теория производства общественных благ.</p> <p>4. Теория невыполненного контракта.</p> <p>5. Теория контроля стейкхолдеров.</p> <p>6. Социальный маркетинг, добровольчество и фандрейзинг.</p>
4.	Источники финансирования. Привлечённые источники.	<p>1. Национальные особенности использования источников финансирования.</p> <p>2. Особенности практики применения привлечённых источников в РФ и США.</p> <p>3. Чистая филантропия. Корпоративные социальные инвестиции. Стратегическая филантропия.</p> <p>4. Роль благотворительных фондов в США и её отличия от РФ.</p>
5.	Источники финансирования. Государственные и собственные источники.	<p>1. Распределение бюджетных средств через фонды.</p> <p>2. Налоговые льготы НКО.</p> <p>3. Налоговые льготы для благотворителей.</p> <p>4. Дотации отдельным категориям населения.</p> <p>5. Основные и дополнительные направления коммерческой деятельности организации культуры. Доходы от некоммерческой и предпринимательской деятельности.</p>
6.	Кадровые ресурсы учреждений культуры	<p>1. Теория трёх потребностей.</p> <p>2. Двухфакторная мотивационно-гигиеническая концепция мотивации.</p> <p>3. Теория ожиданий.</p> <p>4. Теория справедливости.</p> <p>5. Проблемы мотивации работников творческого труда.</p>
7.	Добровольчество в сфере культуры	<p>1. Направления работы волонтеров в НКО.</p> <p>2. Типовое положение о волонтерской службе.</p>
8.	Роль маркетинга в деятельности учреждения культуры	<p>1. Характеристики услуг учреждений культуры.</p> <p>2. Алгоритм действий зрителя.</p> <p>3. Ценовая политика учреждения культуры. Особенности ценовой политики в РФ и Западной Европе и США. Ценовая дискриминация.</p> <p>4. Социальная реклама.</p>
9.	Маркетинговые стратегии различных учреждений культуры	<p>1. Маркетинговая стратегия театра.</p> <p>2. Маркетинговая стратегия центра современного искусства.</p>

### 6.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного курса
1.	Понятие и характеристика сферы культуры	Понятие сферы культуры. Коммерческая и некоммерческая составляющие сферы культуры.

		Классификация услуг сферы культуры. Первичный и вторичный продукт культуры. Экономическая, социальная, политическая роли сферы культуры. Характеристики спроса на услуги сферы культуры. Сравнение показателей сферы культуры РФ и зарубежных стран.
2.	Виды учреждений культуры	Учреждения культуры – казённые, бюджетные, их отличия от автономных учреждений. Бюджетно-сметное финансирование, субсидирование. Содержание государственного (муниципального) задания. Требования к наблюдательному совету автономного учреждения. Особенности оценки эффективности учреждения культуры.
3.	Теоретические концепции в области экономики и менеджмента организаций культуры	Исторический аспект становления менеджмента в СКД. Исследования Баумоля и Боуэна. Проблема ограничения роста производительности труда творческого персонала. Особенности материального стимулирования труда в некоммерческих организациях культуры. Понятие психологического дохода. Специфика финансового менеджмента организаций культуры. Болезнь Баумоля. Теория производства общественных благ. Теория невыполненного контракта. Теория контроля стейкхолдеров. Социальный маркетинг, добровольчество и фандрейзинг.
4.	Источники финансирования. Привлечённые источники.	Имущественные и кадровые ресурсы некоммерческих организаций культуры. Классификация источников финансирования. Национальные особенности использования источников финансирования. Благотворительность, спонсорство, патронаж, меценатство, пожертвование, членство, гранты. Особенности практики применения привлечённых источников в РФ и США. Чистая филантропия. Корпоративные социальные инвестиции. Стратегическая филантропия. Роль благотворительных фондов в США и её отличия от РФ.
5.	Источники финансирования. Государственные и собственные источники.	Прямые и косвенные государственные источники финансирования. Бюджетные субсидии. Гранты. Тендерное финансирование. Гос. Кредиты. Распределение бюджетных средств через фонды. Налоговые льготы НКО. Налоговые льготы для благотворителей. Дотации отдельным категориям населения. Гос. гарантии по кредитам. Основные и дополнительные направления коммерческой деятельности организации культуры. Доходы от некоммерческой и предпринимательской деятельности.
6.	Кадровые ресурсы учреждений культуры	Особенности творческого персонала в сфере культуры. Иерархия потребностей для работников творческого труда. Теория трёх потребностей. Двухфакторная мотивационно-гигиеническая концепция мотивации. Теория ожиданий. Теория справедливости. Проблемы мотивации работников творческого труда.



7.	Добровольчество в сфере культуры	Особенности структуры использования добровольчества в РФ и США. Особенности мотивации добровольцев в РФ и США. Нематериальное стимулирование волонтеров. Практическое, информационное, привилегированное стимулирование. Направления работы волонтеров в НКО. Типовое положение о волонтерской службе.
8.	Роль маркетинга в деятельности учреждения культуры	Проблемы маркетинга в сфере культуры. Классическая концепция маркетинга и концепция маркетинга в сфере культуры. Рынок доноров. Рынки инвесторов, спонсоров, волонтеров. Продукты культурной организации. Виды оргструктур отделов маркетинга. Маркетинговая среда учреждения культуры. Макро и микросреда. Характеристики услуг учреждений культуры. Алгоритм действий зрителя. Ценовая политика учреждения культуры. Особенности ценовой политики в РФ и Западной Европе и США. Ценовая дискриминация. Социальная реклама. Спонсорство в сфере культуры. Структура спонсоров проекта. Выгоды спонсорства.
9.	Маркетинговые стратегии различных учреждений культуры	Маркетинговая стратегия концертной организации. Сегментирование, SWOT-анализ. Маркетинговая стратегия театра. Маркетинговая стратегия центра современного искусства.

### ***7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)***

- Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:
- текущий контроль успеваемости
  - промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

#### ***7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)***

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
1.	Понятие и характеристика сферы культуры	Опрос, тестирование
2.	Виды учреждений культуры	Опрос, тестирование
3.	Теоретические концепции в области экономики и менеджмента организаций культуры	Опрос, тестирование, информационный проект
4.	Источники финансирования. Привлечённые источники.	Опрос, тестирование, исследовательский проект
5.	Источники финансирования. Государственные и собственные	Опрос, тестирование, информационный проект

	источники.	
6.	Кадровые ресурсы учреждений культуры	Опрос, тестирование, информационный проект
7.	Добровольчество в сфере культуры	Опрос, тестирование, исследовательский проект
8.	Роль маркетинга в деятельности учреждения культуры	Опрос, тестирование, исследовательский проект
9.	Маркетинговые стратегии различных учреждений культуры	Опрос, творческое задание

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

### Типовые тестирование

1. Менеджмент – это:
  - А. процесс планирования, мотивации, организации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей**
  - В. особый вид превращающий, деятельности неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно производственную работающую группу
  - С. эффективное и производительное достижение предприятия целей посредством планирования, организации и лидерства
  - Д. все перечисленные варианты
  
2. Менеджмент в сфере искусства и культуры:
  - А. деятельность, создающая качественно новые материальные и духовные ценности, или итог создания объективно нового
  - В. особый способ познания и отражения действительности, одна из форм художественной деятельности общественного сознания и часть духовной культуры
  - С. профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных)**
  - Д. процесс, способствующий обучению, усовершенствованию компетентности и профессиональных навыков обучающегося
  
3. Менеджер в сфере культуры и искусства:
  - А. имеет статус субъекта, связующего звена между создателями кинопродукта и его потребителем**
  - В. игнорирует интересы клиентов
  - С. независим от стандартов работы с клиентами
  
4. Функциями менеджера в сфере культуры и искусства являются:
  - А. проведение экономических расчетов
  - В. киновоспитание и кинообразование**
  - С. проведение независимой стратегии
  
5. Менеджер это:
  - А. профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик
  - В. человек, прошедший специальную подготовку и добывающий результаты посредством труда других людей

С. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики

**D. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью**

6. Менеджер в сфере культуры и искусства в своей деятельности:

A. руководствуется традицией

**B. координирует отношения между зрителем и кинематографом**

С. проводит самостоятельную линию, основанную на своих потреб-

7. Результат полезной деятельности отдельных лиц, а также организаций, направленной на удовлетворение определенных потребностей людей, называют:

A. прибылью

B. коэффициентом полезной деятельности

**С. услугой**

D. эффектом

8. Среди «знаниевых» качеств искусствоведа нет:

A. умения анализировать

B. умения проникнуть в суть художественного образа

**С. умения разрешать конфликты в арт-среде**

9. На первый план в профессиональной деятельности менеджера в сфере культуры и искусства выступает:

A. ориентация в ценах на арт-рынке

**B. способность управлять творческими процессами**

С. осуществление связей с общественностью

10. Деятельность менеджера в сфере культуры и искусства не зависит:

A. от ценностных ориентаций

B. уровня образования

**С. наследуемых привычек**

### Типовые вопросы

1. Социально-культурная деятельность и управление.

2. Природа социально-культурного менеджмента.

3. Условия эффективного управления.

4. Внешняя среда и её влияние на организацию.

5. Внутренняя среда организации.

6. Виды социокультурного менеджмента.

7. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики.

8. Социокультурная деятельность как объект управления

9. Типы организаций.

10. Модели управления социокультурной деятельностью.

11. Основные принципы формирования инновационной модели управления социокультурной деятельностью.

12. Социокультурное программирование в системе управленческих технологий.

13. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.

14. Виды планов в социокультурной сфере.

15. Определение некоммерческой сферы.

## **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

Подготовка исследовательских проектов по темам

1. Разработка должностных инструкций
2. Анализ организационной структуры учреждений социокультурной сферы
3. Применимость органических структур управления предприятием в РФ

Информационный проект

1. Изучить периодическую печать по вопросам менеджмента. Представить список специализированных журналов по вопросам управления социокультурной сферой и анализ трех статей.
2. Основные направления гос. политики по развитию сферы культуры и массовых коммуникаций в Российской Федерации до 2025 года и план действий по их реализации

Творческое задание

1. Разработать региональную программу поддержки и развития социокультурной сферы по предложенной схеме:

- Общая характеристика территории (области, города, района)
- Исторические особенности и социокультурный потенциал региона.
- Тенденции и проблемы развития социокультурной сферы.
- Концепция развития социокультурной жизни региона.
- Меры по обеспечению реализации программы поддержки и развития

социокультурной сферы

- Содержание программы.
- Меры по обеспечению реализации программы.
- Этапы реализации

### *7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности*

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

### **1. Требования к теоретическому устному ответу**

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по теории. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает нормативную и практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

## **2. Требования к творческим заданиям**

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо и предполагает штраф.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования

## **3. Требования к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)**

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют правового анализа. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно дать толкование той нормы, на основе которой предлагается решение (квалификация).

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более .

Критерии оценивания – нахождение правовой нормы, толкование той нормы, на основе которой предлагается решение, опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу. Достаточность пояснений.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся выделил основные положения из текста задачи, которые требуют правового анализа, дал полное толкование нормы, применяемой в данном случае, при этом обучающийся опирается не только на норму, но и на теоретические положения, изложенные в научной литературе.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся определил норму, применяемую в данном случае, но не смог дать ее полное толкование.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не определил норму, применяемую в данном случае

#### **4. Требования к интерактивным заданиям**

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

#### **5. Требования к комплексным проблемно-аналитическим заданиям**

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе

информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **6. Требования к исследовательским проектам**

**Исследовательский проект** – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **7. Требования к информационным проектам (презентациям)**

**Информационный проект** – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление

студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

## **8. Требования к дискуссионным процедурам**

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям.



Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **9.Тестирование**

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

## **10.Требования к письменному опросу (контрольной работе)**

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает нормативную и практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

## **8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### *8.1 Основная литература*

1. Юдина, А. И. Социальный менеджмент: учебное пособие для студентов специальностей 071401 «Социально-культурная деятельность», 080507 «Менеджмент организации» и направлений подготовки 071800 «Социально-культурная деятельность», 080200 «Менеджмент» / А. И. Юдина. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2013. — 231 с. — ISBN 987-5-8154-0262-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/22095.html>
2. Рубцова Н.В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Рубцова Н.В.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html>
3. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. — 6-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2021. — 384 с. — ISBN 978-5-8114-7850-7. — Текст :

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167252>

4. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум : учебное пособие / Е. Л. Шекова, Г. Л. Тульчинский, В. Н. Евланов, Э. В. Новаторов. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2012. — 160 с. — ISBN 978-5-91938-068-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/3820>

#### *8.2 Дополнительная литература*

1. Киселева, О. И. Арт-менеджмент : учебно-методическое пособие / О. И. Киселева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 70 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/35191.html>
2. Герчигова, И. Н. Менеджмент : учебник для вузов / И. Н. Герчигова. — 4-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 511 с. — ISBN 978-5-238-01095-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81661.html>

#### **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. [www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)
2. [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)

#### **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и нормативных правовых актов.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному

запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций. Это необходимо и в связи с постоянными изменениями законодательства в изучаемой сфере.

#### ***11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)***

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

#### ***12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)***

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

## 12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

## **13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

### **13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:**

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

### **13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения**

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;

- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

### ***13.3 Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)***

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Менеджмент в сфере искусства**

<i>Специальность</i>	Режиссура кино и телевидения
<i>Код</i>	55.05.01
<i>Специализация</i>	Режиссер игрового кино- и телефильма
<i>Квалификация выпускника</i>	Режиссер игрового кино- и телефильма

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

<b>Группа компетенций</b>	<b>Категория компетенций</b>	<b>Код</b>
Общепрофессиональные	Командная работа и лидерство	УК-3
Профессиональные	-	ПК-6

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2. умеет вырабатывать и реализовывать командную стратегию
ПК-6	Способен в качестве руководителя творческого коллектива формировать цели команды, принимать решения в ситуациях риска, оказывать помощь работникам	ПК – 6.1 Знает основы эффективной коммуникации в коллективе; ПК – 6.2 умеет использовать свой производственный опыт и теоретические знания в целях профессионального совершенствования членов съемочной группы; ПК – 6.3. способен на основании выработанного творческого решения ставить конкретные задачи всем подразделениям съемочной группы;

**3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине**

**3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

<b>Дескрипторы по дисциплине</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>

Код индикатора достижения компетенции	УК-3.2	УК-3.2	УК-3.2
	- способы выработки и реализации командной стратегии;	- выработать и реализовать командную стратегию	- навыками выработки и реализации командной стратегии
Код индикатора достижения компетенции	ПК – 6.1	ПК – 6.1	ПК – 6.1
	варианты управленческих решений для решения конкретных задач подразделениями съёмочной группы	решать вопросы производственного взаимодействия съёмочной группы для решения творческих задач	технологиями эффективного взаимодействия подразделений съёмочной группы для выработанного творческого решения
Код индикатора достижения компетенции	ПК – 6.2	ПК – 6.2	ПК – 6.2
	современные модели телевизионной и киноиндустрии	осуществлять выбор целей, задач и стратегии развития организаций кинематографии и телевидения	методикой изучения конъюнктуры рынка кино и телевидения;
Код индикатора достижения компетенции	ПК – 6.3	ПК – 6.3	ПК – 6.3
	- принципы командообразования	- в качестве руководителя творческого коллектива решать конфликтные ситуации, снижая риски и потери ошибочных решений и оказывать помощь сотрудникам	- качествами лидера для создания мотивации коллектива для обучения, развития и совершенствования профессиональных качеств

### 3.2 Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Индикаторы достижения</b>	<b>Показатели оценивания результатов обучения</b>
-------------------------	------------------------------	---



	<b>я</b>	
<b>ОТЛИЧНО/ЗАЧТЕНО</b>	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,</li> <li>- на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.</li> </ul>
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;</li> <li>При решении продемонстрировал навыки</li> <li>- выделения главного,</li> <li>- связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- изложения мыслей в логической последовательности,</li> <li>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul>
<b>ХОРОШО/ЗАЧТЕНО</b>	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,</li> <li>- затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.</li> </ul>
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;</li> <li>При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков</li> <li>- выделения главного,</li> <li>- изложения мыслей в логической последовательности.</li> <li>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul>
<b>УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ЗАЧТЕНО</b>	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении;</li> <li>- показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- практически не способен сформулировать выводы и обобщения;</li> <li>- частично владеет системой понятий.</li> </ul>

	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связи теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/НЕ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

**4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине**

**Типовые тестовые задания:**

**4 СЕМЕСТР  
УК-3**

1. Менеджмент – это:

**Е. процесс планирования, мотивации, организации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей**

F. особый вид превращающий, деятельности неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно производственную работающую группу

G. эффективное и производительное достижение предприятия целей посредством планирования, организации и лидерства

H. все перечисленные варианты

2. Менеджмент в сфере искусства и культуры:

E. деятельность, создающая качественно новые материальные и духовные ценности, или итог создания объективно нового

F. особый способ познания и отражения действительности, одна из форм художественной деятельности общественного сознания и часть духовной культуры

**G. профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных)**

H. процесс, способствующий обучению, усовершенствованию компетентности и профессиональных навыков обучающегося

3. Менеджер в сфере культуры и искусства:
- D. имеет статус субъекта, связующего звена между создателями кинопродукта и его потребителем**
  - E. игнорирует интересы клиентов
  - F. независим от стандартов работы с клиентами
4. Функциями менеджера в сфере культуры и искусства являются:
- D. проведение экономических расчетов
  - E. киновоспитание и кинообразование**
  - F. проведение независимой стратегии
5. Менеджер это:
- E. профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик
  - F. человек, прошедший специальную подготовку и добивающийся результата посредством труда других людей
  - G. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики
  - H. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью**
6. Менеджер в сфере культуры и искусства в своей деятельности:
- D. руководствуется традицией
  - E. координирует отношения между зрителем и кинематографом**
  - F. проводит самостоятельную линию, основанную на своих потреб-
7. Результат полезной деятельности отдельных лиц, а также организаций, направленной на удовлетворение определенных потребностей людей, называют:
- E. прибылью
  - F. коэффициентом полезной деятельности
  - G. услугой**
  - H. эффектом
8. Среди «знаниевых» качеств искусствоведа нет:
- D. умения анализировать
  - E. умения проникнуть в суть художественного образа
  - F. умения разрешать конфликты в арт-среде**
9. На первый план в профессиональной деятельности менеджера в сфере культуры и искусства выступает:
- D. ориентация в ценах на арт-рынке
  - E. способность управлять творческими процессами**
  - F. осуществление связей с общественностью
10. Деятельность менеджера в сфере культуры и искусства не зависит:
- D. от ценностных ориентаций
  - E. уровня образования
  - F. наследуемых привычек**
11. Роль менеджера в киноиндустрии:
- A. остается неизменной
  - B. меняется на различных её этапах**

- С. зависит от подготовки профессиональных кадров
12. Менеджер в сфере культуры и искусства в условиях возникновения множества киностудий:
- А. является функционером малого и среднего бизнеса
  - В. не должен заботиться о поиске инвесторов
  - С. не обладает компетенцией оценки кинорынка
13. Альтернативными внебюджетными источниками поступления ресурсов для учреждений культуры и искусства могут быть:
- А. денежные поступления из внебюджетных источников
  - В. неденежные пожертвования
  - С. волонтерское движение
  - Д. **все ответы верны**
14. Деятельность по привлечению и аккумулярованию оборотных средств, необходимых для реализации проектов и программ некоммерческого характера
- А. фандрейзинг
  - В. факторинг
  - С. репарация
15. **Выводы относительно качества культурных услуг покупателя делают исходя из**
- А. **места, персонала, цены**
  - В. технических и стоимостных характеристик
  - С. нормативных, «жестких» и «мягких» параметров
  - Д. технических, эксплуатационных, эстетических и стоимостных параметров
16. На отношение подчинённых к своим обязанностям влияют
- А. содержание и условия труда
  - В. характер задания
  - С. организация работы
  - Д. **все ответы верны**
17. Информация, которую мы предоставляем другим, и которая содержит нашу реакцию на их поведение, - это:
- А. **обратная связь**
  - В. восприятие поступков
  - С. ощущение защиты
  - Д. осознание поведения
18. Выделите особенности учреждения культуры:
- А. оно не является собственником своего имущества и владеет им на праве оперативного управления
  - В. оно не имеет права совершать какие-либо операции с имуществом без согласования с собственником
  - С. зачастую функционирует в форме государственного учреждения
  - Д. **все ответы верны**
19. Социальное качество услуги:

- A. **качество культуры, которое формируется поведением и позицией сотрудников по отношению к клиентам**
- B. соотношение ожиданий потребителя и восприятия полученной услуги
- C. качество процесса предоставления услуг, когда происходит непосредственное взаимодействие с персоналом

20. Деловая культура учреждения культуры тесно связана с формированием благоприятного климата в коллективе, что в целом отражается на создании условий для развития \_\_\_\_\_ потенциала сотрудников, их мотивации

Ответ: **творческого**

21. Среди организационных \_\_\_\_\_ учреждений культуры можно выделить следующие: стремление к успешности и признанию, поддержание творческой атмосферы и деловой дисциплины, ориентация на достижение целей, значимость потребительского спроса на культурные услуги, ориентация на социальные партнерства и пр.

Ответ: **ценностей**

22. Важную роль в некоммерческих организациях играет активное использование различных форм \_\_\_\_\_ партнерства

Ответ: **социального**

23. \_\_\_\_\_ – это такая некоммерческая организация, которая не владеет своей собственностью, а распоряжается ею на основе оперативного управления

Ответ: **Учреждение**

24. Собственником имущества государственных учреждений культуры является \_\_\_\_\_, которое является учредителем, а, следовательно, финансирует их деятельность

Ответ: **государство**

25. Менеджмент — это область человеческих знаний, позволяющих осуществлять функцию \_\_\_\_\_ в организации

Ответ: **управления**

26. Организация — это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей \_\_\_\_\_

Ответ: **цели**

27. Набор поведенческих правил, соответствующих конкретному учреждению культуры или конкретной должности менеджера, – это \_\_\_\_\_

Ответ: **роль**

28. \_\_\_\_\_ – это процесс определения целей, направлений и содержания деятельности учреждения культуры, постановка задач и оценка необходимых для их решения ресурсов

Ответ: **планирование**

29. В организациях сферы культуры \_\_\_\_\_ заключается в целевом распределении интеллектуальных, финансовых, материальных, кадровых и иных ресурсов с тем, чтобы определить наиболее эффективное их использование

Ответ: **планирование**

30. \_\_\_\_\_ характеризует основные виды деятельности организации, помогает сосредоточиться на целях деятельности учреждения культуры, а также позволяет сформировать для внешней среды понятный образ учреждения

Ответ: **миссия**

31. \_\_\_\_\_ цели учреждений культуры тесно связаны с выполнением ими социальных целей (воспитание, духовное развитие, раскрытие творческого потенциала личности и т.д.), и с этим связано отличие их стратегий от стратегий коммерческих фирм.

Ответ: **стратегические**

32. \_\_\_\_\_ целями в учреждениях культуры является предвосхищение тех результатов, которых должны добиться отделы, секторы и другие подразделения

Ответ: **тактическими**

33. Процесс определения \_\_\_\_\_ предполагает, прежде всего, выявление тенденций развития учреждения культуры

Ответ: **целей**

34. Определение целей любой организации предполагает анализ \_\_\_\_\_ среды для определения возможностей и угроз, которые выявляются в политико-экономической и социокультурной среде, в отношениях с конкурентами, с потребителями и т.д.

Ответ: **внешней**

35. Деятельность учреждений в сфере культуры очень часто связана с процессами \_\_\_\_\_, что обуславливает необходимость создание благоприятного климата, поддержания атмосферы сотрудничества, созидания и выполнения общего дела

Ответ: **творчества**

36. В менеджменте некоммерческих организаций организации (частные лица, фирмы), которые являются источниками внебюджетных поступлений называют \_\_\_\_\_

Ответ: **донорами**

37. Сотрудничество учреждений культуры с различными организациями, органами власти, фондами, частными лицами в наши дни все чаще называют социальным \_\_\_\_\_

Ответ: **партнерством**

38. \_\_\_\_\_ - является важным направлением работы менеджера культуры, поскольку данная практика предполагает решение ряда проблем: аренда помещений, транспортные услуги, информационное обеспечение и прочие виды расходов, с помощью которых может быть реализован тот или иной социокультурный проект

Ответ: **фандрейзинг**

39. Корпоративный \_\_\_\_\_ – это некое внутреннее начало, определяющее поведение, действия, решения людей, разделяющих цели фирмы и испытывающих чувство принадлежности к ней

Ответ: **дух**

40. \_\_\_\_\_ — вид экономической сделки, в процессе которой происходит обмен денежных средств, товаров, услуг, работ на возможности размещения рекламы, проведения PR-мероприятий, стимулирования сбыта и др., характеризуется исключительно коммерческими интересами

Ответ: **спонсорство**

41. \_\_\_\_\_ — добровольная бескорыстная (безвозмездная или на льготных условиях) в различных формах поддержка физических и юридических лиц в общепользовных целях

Ответ: **благотворительность**

42. \_\_\_\_\_ - организация и поддержка общественно значимых мероприятий в просветительских целях (преимущественно в сфере культуры и искусства)

Ответ: **меценатство**

43. \_\_\_\_\_ - средства целевого финансирования (денежные средства или иное имущество), выделяемые на конкурсной основе и предоставляемые безвозмездно и безвозвратно с последующим отчетом об их целевом использовании

Ответ: **грант**

44. \_\_\_\_\_ — это физические и юридические лица, занимающиеся организацией и поддержкой общественно значимых мероприятий в просветительских целях (преимущественно в сфере культуры и искусства)

Ответ: **меценаты**

45. \_\_\_\_\_ — физические и юридические лица, оказывающие различные формы поддержки на условиях распространения рекламы, организации коммерческих выставок, пресс-конференций, реализации продукции, использования помещений спонсируемого и др.

Ответ: **спонсоры**

46. Ценовая политика культурной организации определяется прежде всего \_\_\_\_\_ целями ее деятельности

Ответ: **социальными**

47. Чем выше \_\_\_\_\_ уровень человека, тем больше он интересуется такими видами искусства как литература, театр, живопись, опера, а также проявляет повышенное стремление к освоению культурных ценностей в целом и повышению личностного культурного уровня

Ответ: **образовательный**

48. Для организаций, осуществляющих свою деятельность в сфере культуры, использование маркетингового подхода означает разработку, реализацию и оценку \_\_\_\_\_ технологий социально-культурной и культурно-просветительской деятельности посредством изучения требований потенциальных потребителей в сфере и на территории, охватываемой деятельностью организации

Ответ: **инновационных**

49. Маркетинг социально-культурной сферы— это использование маркетинговых технологий в сфере культуры, организациями, осуществляющими социокультурную деятельность для наиболее полного удовлетворения потребностей потребителя и получения максимального \_\_\_\_\_ эффекта для общества в целом и отдельных групп населения

Ответ: **социального**

50. Применяя \_\_\_\_\_ маркетинга, учреждение культуры может работать на целевом сегменте, обеспечить продажи на целевом сегменте за счет глубокого понимания

потребностей покупателей, успешно конкурировать с другими организациями сферы культуры благодаря лучшему знанию потребностей покупателей и тенденций в развитии рынка, повысить доход или завоевать большую долю рынка в зависимости от целей

Ответ: **технологии**

51. Культурные \_\_\_\_\_ – это «условия и услуги, предоставляемые организациями и физическими лицами для удовлетворения гражданами своих культурных потребностей»

Ответ: **блага**

52. Основной \_\_\_\_\_ целью, которую преследует маркетинг в сфере культуры, учёные видят в «способствовании улучшению, культурному обогащению жизни отдельного человека и общества в целом»

Ответ: **социальной**

53. Чтобы стать успешной организация культуры и искусства обязана быть \_\_\_\_\_

Ответ: **клиентоориентированной**

54. Организации сферы культуры необходимо чувствовать своего \_\_\_\_\_, делать всё возможное, чтобы обслуживать и удовлетворять его нужды и желания, но делать все это в соответствии со своей миссией и бюджетом

Ответ: **клиента**

55. В зависимости от текущих целей, поставленных перед рекламным проектом культурного учреждения, очевидной становится \_\_\_\_\_ доминанта то одной, то другой её природы

Ответ: **информационная**

56. В контексте субъектов культуры, \_\_\_\_\_ коммуникация способна активизировать приток посетителей, то есть потребителей культурных благ

Ответ: **рекламная**

## ПК-6

1. Главная цель применения социально-психологических методов – это:

- A. достижение высоких финансовых результатов компании
- B. формирование в коллективе положительного социально-психологического климата**
- C. установка строгой дисциплины в коллективе

2. Зона общения с большой аудиторией, на расстоянии более 3,6 м.:

- A. межличностное расстояние
- B. социальная зона
- C. общественная зона

3. Некоторая целостность, состоящая из взаимосвязанных частей, каждая из которых вносит свой вклад в характеристики целого?

- A. структура
- B. система**
- C. закон



D. принцип

4. Что не входит в структуру коммуникаций?

- A. **мифы и легенды организации**
- B. структура формализованных и неформальных информационных потоков
- C. качество коммуникации: потеря и преобразование информации;
- D. направленные действия по «внутреннему PR».

5. Организационная культура включает следующие компоненты (определите лишнее):

- A. **хобби**
- B. убеждения
- C. ценности
- D. нормы

6. Определению: " ощущение растерянности из-за поведения других людей" соответствует?

- A. эмпатия
- B. анпатия
- C. **культурный шок**
- D. адаптивность

7. \_\_\_\_\_ – это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов и групп посредством создания и предложения обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена ими с другими людьми

Ответ: **маркетинг**

8. Если в коммерческой фирме маркетинговые стратегии обеспечивают процесс получения прибыли, то в некоммерческой организации маркетинговые стратегии способствуют осуществлению \_\_\_\_\_ идей, программ, событий, процессов

Ответ: **социально значимых**

9. \_\_\_\_\_ маркетинг направлен на решение социальных проблем и предполагает выполнение ряда шагов по донесению до общества определенного рода товаров и услуг, в реализации которых извлечение прибыли не является основной целью

Ответ: **социальный**

10. В рамках \_\_\_\_\_ учреждения культуры могут ставить задачи повышения спроса на конкретные культурные услуги

Ответ: **маркетинга**

11. В связи с этим следует отметить, что маркетинг в сфере культуры должен быть направлен, прежде всего, на \_\_\_\_\_, тогда как в других сферах маркетинг делает акцент скорее на товаре

Ответ: **потребителя**

12. Маркетинговая стратегия учреждения культуры зависит от характера культурной услуги, ее особенностей, от потребителя и его характеристик, от показателей рынка и наличия конкурентов, а также от \_\_\_\_\_ возможностей учреждения

Ответ: **ресурсных**

13. В сфере культуры большое значение имеют \_\_\_\_\_ методы маркетинга, поскольку потребитель чаще всего в учреждении культуры не ищет дешевизны, а стремится получить качественную культурную услугу (комфортную, престижную, запоминающуюся и т.д.)

Ответ: **неценовые**

14. При разработке \_\_\_\_\_ стратегии учреждениям культуры нередко рекомендуют учитывать современные тенденции развития общества (компьютеризацию, развитие средств массовой коммуникации и пр.), особенности национально-культурного развития населения, региональную специфику социокультурной сферы, общественную структуру и иные аспекты внешней среды

Ответ: **маркетинговой**

15. В \_\_\_\_\_ учреждения культуры, как правило, входят факторы: технологические, экономические, политические, социокультурные и др.

Ответ: **макросреду**

16. К факторам \_\_\_\_\_ учреждения культуры можно отнести: потребители, конкуренты, органы государственной и местной власти, прочие элементы внешней среды

Ответ: **микросреды**

17. Менеджером в сфере культуры может быть \_\_\_\_\_ учреждения культуры, института культуры или государственного органа, который регламентирует деятельность в сфере культуры

Ответ: **руководитель**

18. \_\_\_\_\_ помогает увеличить потенциальную аудиторию, способствует формированию имиджа организации культуры и тому, чтобы производители данных услуг сами стремились к повышению их качества

Ответ: **реклама**

19. \_\_\_\_\_ - является наиболее эффективным способом коммуникативного воздействия на потребителя рынка услуг, и именно использование средств рекламы способствует процветанию культурной продукции и убеждению целевой аудитории её приобретать

Ответ: **реклама**

20. Менеджмент — это профессионально осуществляемое управление любой хозяйственной деятельностью предприятия в рыночных условиях, направленное на получение прибыли путем рационального использования \_\_\_\_\_.

Ответ: **ресурсов**

21. Цели всех организаций культуры включают преобразование \_\_\_\_\_ для достижения результатов.

Ответ: **ресурсов**

22. Организационная культура есть набор приемов и правил решения проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции \_\_\_\_\_, правил, оправдавших себя в прошлом и подтвердивших свою актуальность в настоящем. Ответ: **работников**

23. Маркетинг продукции социокультурного назначения основывается на концепции «4Р» (продукт – product, \_\_\_\_\_ – price, доведение продукта до потребителя – place, продвижение продукта – promotion).

Ответ: **цена**

24. \_\_\_\_\_ - это система отношений по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий за счет денежных фондов, которые формируются из уплачиваемых взносов (премий).

Ответ: **страхование**

25. Сущность рекламной деятельности определяется в числе прочих такой функцией рекламы как воспитание в человеке разумных \_\_\_\_\_ . Ответ: **потребностей**

26. Реклама, цель которой, убедить покупателя в том, что он поступил правильно, купив именно этот товар, является \_\_\_\_\_ .

Ответ: **подкрепляющей**

27. К мероприятиям «паблик рилейшенз» (public relations) не относится \_\_\_\_\_ реклама.

Ответ: **коммерческая**

28. Брэнд – это \_\_\_\_\_ , символ, дизайн или образ, применяемый для идентификации товара или фирмы.

Ответ: **имя**

29. К недобросовестной относят рекламу недостоверную, \_\_\_\_\_ , заведомо ложную, скрытую.

Ответ: **неэтичную**

30. Связи с общественностью (public relations) – это продолжительные усилия, направленные на создание и \_\_\_\_\_ доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью. Ответ: **поддержание**

31. Процесс обеспечения достижения организацией своих целей – это \_\_\_\_\_ .

Ответ: **контроль**

32. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и/или целей организации – это \_\_\_\_\_ .

Ответ: **мотивация**

33. Направление или вид управленческой деятельности, характеризующийся обособленным комплексом задач и осуществляемый специальными приемами и способами это \_\_\_\_\_ управления.

Ответ: **функция**

34. \_\_\_\_\_ - приспособление работника к новым профессиональным, социальным и организационно-экономическим условиям труда

Ответ: **адаптация**

35. Ротация кадров применяется в качестве фактора \_\_\_\_\_ мотивации, способствуя накоплению разносторонних знаний и обогащению сотрудника опытом

Ответ: **трудовой**

36. Выбранное по какому-либо критерию оптимизации наиболее эффективное из всех альтернативных вариантов – это \_\_\_\_\_ решение.

Ответ: **оптимальное**

37. Маркетинг – это процесс согласования возможностей организации и \_\_\_\_\_ потребителей.

Ответ: **запросов**

38. Определяющими факторами формирования \_\_\_\_\_ потенциала коллектива являются следующие: уровень развития трудового потенциала отдельного работника, повышения качества его рабочей силы (образовательной, специальной, профессиональной подготовки), его отношения к труду, самоорганизации и самодисциплины; степень развития синергетического эффекта, зависящего от уровня и форм организации совместного труда работников, рационального сочетания индивидуальных и коллективных интересов, внедрения новых высокоэффективных мотиваций труда.

Ответ: **трудового**

39. Цели и методы \_\_\_\_\_ зависят от миссии и стратегии организации, взаимоотношений между владельцами и наемным персоналом, используемого стиля управления

Ответ: **мотивации**

40. Доверительные обращения руководителя к сотруднику есть проявления внутриорганизационной карьеры \_\_\_\_\_ типа.

Ответ: **вертикального**

41. \_\_\_\_\_ подход как инструмент управления человеческими ресурсами организаций сферы культуры дает четкое определение профессиональных и поведенческих требований, предъявляемых к сотруднику в зависимости от его профессии, занимаемой должности и выполняемых задач

Ответ: **компетентностный**

42. \_\_\_\_\_ стимулы – это стимулы, не требующие инвестиций компании, но оказывающие влияние на социально-психологический климат в организации. Ответ: **нематериальные**

43. \_\_\_\_\_ мотивация сотрудников организации сферы культуры и искусства – это стремление добиться успеха в своей деятельности

Ответ: **положительная**

44. \_\_\_\_\_ – это созданная за счёт добровольных взносов доля имущества некоммерческой организации, которая передается в доверительное управление профессиональной компании для извлечения прибыли, используемой для финансирования деятельности некоммерческой организации

Ответ: **эндаумент**

### **Типовые вопросы**

1. Социально-культурная деятельность и управление.
2. Природа социально-культурного менеджмента.
3. Условия эффективного управления.
4. Внешняя среда и её влияние на организацию.
5. Внутренняя среда организации.
6. Виды социокультурного менеджмента.
7. Социокультурный менеджмент как компонент культурной политики.
8. Социокультурная деятельность как объект управления

9. Типы организаций.
10. Модели управления социокультурной деятельностью.
11. Основные принципы формирования инновационной модели управления социокультурной деятельностью.
12. Социокультурное программирование в системе управленческих технологий.
13. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.
14. Виды планов в социокультурной сфере.
16. Определение некоммерческой сферы.

### **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

Подготовка исследовательских проектов по темам

1. Разработка должностных инструкций
2. Анализ организационной структуры учреждений социокультурной сферы
3. Применимость органических структур управления предприятием в РФ

Информационный проект

3. Изучить периодическую печать по вопросам менеджмента. Представить список специализированных журналов по вопросам управления социокультурной сферой и анализ трех статей.
4. Основные направления гос. политики по развитию сферы культуры и массовых коммуникаций в Российской Федерации до 2025 года и план действий по их реализации

Творческое задание

1. Разработать региональную программу поддержки и развития социокультурной сферы по предложенной схеме:

- Общая характеристика территории (области, города, района)
- Исторические особенности и социокультурный потенциал региона.
- Тенденции и проблемы развития социокультурной сферы.
- Концепция развития социокультурной жизни региона.
- Меры по обеспечению реализации программы поддержки и развития социокультурной сферы
- Содержание программы.
- Меры по обеспечению реализации программы.
- Этапы реализации

### **Примерный список вопросов для подготовки к зачету с оценкой по дисциплине.**

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

13. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.
14. Виды планов в социокультурной сфере.
17. Определение некоммерческой сферы.
18. Цели и задачи менеджмента в некоммерческой сфере.
19. Направления менеджмента некоммерческих организаций.
20. Теории менеджмента некоммерческих организаций.
21. Организационно-правовые формы деятельности некоммерческих организаций.
22. Общественные объединения.
23. Благотворительные организации.
24. Маркетинг некоммерческих организаций в системе маркетинга услуг.
25. Определение миссии некоммерческой организации.
26. Стратегическое планирование.
27. Сметное планирование.
28. Бизнес-планирование.
29. Виды организационных структур управления некоммерческих организаций.
30. Особенности реинжиниринга в некоммерческих организациях.
31. Структура финансирования некоммерческой организации.
32. Институт попечительства.
33. Благотворительность, спонсорство. Меценатство.
34. Государственное финансирование.
35. Институт волонтерства.
36. Собственные источники финансирования.
37. Предпринимательская деятельность некоммерческих организаций.
38. Ценовая политика некоммерческих организаций.
39. «Болезнь цен» Баумоля.
40. Ценовая дискриминация некоммерческих организаций.
41. Понятие и эволюция фандрейзинга.
42. Виды фандрейзинга.
43. Организация фандрейзинговой кампании.
44. Налогообложение некоммерческих организаций.
45. Налоговые льготы для некоммерческих организаций.
46. Налоговые льготы для участников благотворительной деятельности.
47. Экономические и социальные эффекты менеджмента в некоммерческой сфере.
48. Показатели экономической эффективности.
49. Оценка предпринимательской деятельности в некоммерческой сфере.
50. Показатели социальной эффективности.
51. Цели, задачи, направления менеджмента в сфере культуры.
52. Особенности менеджмента некоммерческих организаций культуры.
53. Организационные формы управления в сфере культуры.
54. Цели, задачи, направления менеджмента в сфере образования.
55. Специфика маркетинга в сфере образования.
56. Государственное, частное и институциональное управление образовательными учреждениями.

## **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций**

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной

области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированной оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

#### **Опросы по вынесенным на обсуждение темам**

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания, обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

#### **Решение заданий (кейс-методы)**

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким

обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

### **Решение заданий в тестовой форме**

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.