Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент в сфере искусства

Специальность	Режиссура кино и телевидения
Код	55.05.01
Специализация	Режиссер игрового кино- и телефильма
Квалификация выпускника	Режиссер игрового кино- и телефильма

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABB04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

Москва
2025

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Общепрофессиональные	Государственная культурная политика	ОПК-2
Профессиональные	-	ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-2	Способен ориентироваться в проблематике современной государственной политики Российской Федерации в сфере культуры	ОПК-2.1. владеет информацией о современной государственной политике Российской Федерации в сфере культуры.
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).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть

Код компетенции	ОПК-2		
	-сущность и особенности процесса управления организациями сферы кинематографии и телевидения. -историю развития и становления профессии продюсер.	-принимать решения и совершать действия, отвечающие новой парадигме государственного управления; анализировать принципы эффективной деятельности современных организаций сферы кинематографии и телевидения. -оценивать степень возможного риска.	-навыками оценки эффективности управленческих решений в области менеджмента кино и телевидения. -методами планирования и управления творческопроизводственным процессом; навыками подбора творческого и производственнотехнического персонала, занятого в процессе кинопроцесса.
Код компетенции	**ПК-6**		
	-варианты управленческих решений для решения конкретных задач подразделениями съёмочной группы; - современные модели телевизионной и киноиндустрии; -принципы командообразования.	-решать вопросы производственного взаимодействия съёмочной группы для решения творческих задач; - осуществлять выбор целей, задач и стратегии развития организаций кинематографии и телевидения; - в качестве руководителя творческого коллектива решать конфликтные ситуации, снижая риски и потери ошибочных решений и оказывать помощь сотрудникам.	-технологиями эффективного взаимодействия подразделений съёмочной группы для выработанного творческого решения; -методикой изучения конъюнктуры рынка кино и телевидения; - 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, творческопроизводственный.

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
Контактная работа:		
	Занятия лекционного типа	16
	Занятия семинарского типа	16
	Промежуточная аттестация: **зачет**	0,1
Самостоятельная работа (СРС)		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)**						
		Контактная работа						Самостоятельная 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 финансировния. 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 волонтёров. Практическое, информационное, привилегированное стимулирование. Направления работы волонтёров в НКО. Типовое положение о волонтёрской 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, волонтёров. 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	Экономическая, социальная, политическая роли сферы культуры. Характеристики спроса на услуги сферы культуры. Сравнение показателей сферы культуры РФ и зарубежных стран.
2.	Виды учреждений культуры	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	Особенности материального стимулирования труда в некоммерческих организациях культуры. Специфика финансового менеджмента организаций культуры.
		Теория производства общественных благ. Теория невыполненного контракта. Теория контроля стейкхолдеров. Социальный маркетинг, добровольчество и фандрейзинг.

4.	Источники финансирования. Привлечённые источники.	Национальные особенности использования источников финансирования. 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.	Распределение бюджетных средств через фонды. Налоговые льготы НКО. Налоговые льготы для благотворителей. Дотации отдельным категориям населения. Основные и дополнительные направления коммерческой деятельности организации культуры. Доходы от некоммерческой и предпринимательской деятельности.
6.	Кадровые ресурсы учреждений культуры	Теория трёх потребностей. Двухфакторная мотивационно-гигиеническая концепция мотивации. Теория ожиданий. Теория справедливости. Проблемы мотивации работников творческого труда. Направления работы волонтёров в НКО.
7.	Добровольчество в сфере культуры	Направления работы волонтёров в НКО. Типовое положение о волонтёрской службе.
8.	Роль маркетинга в деятельности учреждения культуры	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.
9.	Маркетинговые стратегии различных учреждений культуры	Маркетинговая стратегия театра. Маркетинговая стратегия центра современного искусства.

6.2.3. Содержание самостоятельных занятий

№ п/п	**Наименование темы (раздела) дисциплины**	**Содержание самостоятельной работы**

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 финансировния. 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 волонтёров. Практическое, информационное, привилегированное стимулирование. Направления работы волонтёров в НКО. Типовое положение о волонтёрской службе.
8.	Роль маркетинга в деятельности учреждения	Проблемы маркетинга в сфере культуры. Классическая концепция маркетинга и концепция маркетинга в сфере культуры. Рынок доноров. Рынки инвесторов, спонсоров, волонтёров. 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. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства

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 источники.	Опрос, тестирование, информационный проект
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

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 20221.— 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. — СанктПетербург : 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. Н

ователоров. — 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 учебная литература:

1. Киселева, О. И. Арт-менеджмент : учебно-методическое пособие / О. И. Киселева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 70 c. — Текст : электронный // Электроннобиблиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/35191.html

2. Герчикова, И. Н. Менеджмент : учебник для вузов / И. Н. Герчикова. — 4-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 511 c. — ISBN 978-5-238-01095-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81661.html

8.3. Периодические издания

1. Вестник ВГИК. Издательство: Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А. Герасимова (ВГИК). ISSN: 2074-0832. IPR SMART / Вестник ВГИК (iprbookshop.ru)

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

1. Электронная Библиотечная Система IPRbooks
2. Электронная Библиотечная Система https://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;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам 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 т.д.

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.

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);

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

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, 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, колонки, проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Reader, Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD.

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 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Reader, Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

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.

Приложение

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Менеджмент в сфере искусства

Специальность	Режиссура кино и телевидения
Код	55.05.01
Специализация	Режиссер игрового кино- и телефильма
Квалификация выпускника	Режиссер игрового кино- и телефильма

Москва
2025

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Общепрофессиональные	Государственная культурная политика	ОПК-2
Профессиональные	-	ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-2	Способен ориентироваться в проблематике современной государственной политики Российской Федерации в сфере культуры	ОПК-2.1. владеет информацией о современной государственной политике Российской Федерации в сфере культуры.
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).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть

Код компетенции	ОПК-2		
	-сущность и особенности процесса управления организациями сферы кинематографии и телевидения. -историю развития и становления профессии продюсер.	-принимать решения и совершать действия, отвечающие новой парадигме государственного управления; анализировать принципы эффективной деятельности современных организаций сферы кинематографии и телевидения. -оценивать степень возможного риска.	-навыками оценки эффективности управленческих решений в области менеджмента кино и телевидения. - методами планирования и управления творческопроизводственным процессом; навыками подбора творческого и производственнотехнического персонала, занятого в процессе кинопроцесса.
Код компетенции	**ПК-6**		
	-варианты управленческих решений для решения конкретных задач подразделениями съёмочной группы; - современные модели телевизионной и киноиндустрии; -принципы командообразования.	-решать вопросы производственного взаимодействия съёмочной группы для решения творческих задач; - осуществлять выбор целей, задач и стратегии развития организаций кинематографии и телевидения; - в качестве руководителя творческого коллектива решать конфликтные ситуации, снижая риски и потери ошибочных решений и оказывать помощь сотрудникам.	-технологиями эффективного взаимодействия подразделений съёмочной группы для выработанного творческого решения; -методикой изучения конъюнктуры рынка кино и телевидения; - качествами лидера для создания мотивации коллектива для обучения, развития и совершенствования профессиональных качеств.

3.2.Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	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:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	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:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	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. - связки 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”.

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

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

4 СЕМЕСТР
ОПК-2

1. Менеджмент – это:

А. процесс планирования, мотивации, организации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей
Б. особый вид превращающий, деятельности неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно производственную работающую группу
В. эффективное и производительное достижение предприятия целей посредством планирования, организации и лидерства
Г. все перечисленные варианты
Ответ: Г. все перечисленные варианты

2. Менеджмент в сфере искусства и культуры:
А. деятельность, создающая качественно новые материальные и духовные ценности, или итог создания объективно нового
Б. особый способ познания и отражения действительности, одна из форм художественной деятельности общественного сознания и часть духовной культуры
В. профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных)
Г. процесс, способствующий обучению, усовершенствованию компетентности и профессиональных навыков обучающегося
Ответ: В. профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных)

3. Менеджер в сфере культуры и искусства:
А. имеет статус субъекта, связующего звена между создателями кинопродукта и его потребителем
Б. игнорирует интересы клиентов
В. независим от стандартов работы с клиентами
Ответ: А. имеет статус субъекта, связующего звена между создателями кинопродукта и его потребителем

4. Функциями менеджера в сфере культуры и искусства являются:
А. проведение экономических расчетов
Б. киновоспитание и кинообразование
В. проведение независимой стратегии
Ответ: А, Б, В (все перечисленные)

5. Менеджер это:
А. профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик
Б. человек, прошедший специальную подготовку и добивающийся результата посредством труда других людей
В. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики
Г. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью

Ответ: Г. 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:
А. руководствуется традицией
Б. координирует отношения между зрителем и кинематографом
В. проводит самостоятельную линию, основанную на своих потребностях
Ответ: Б. координирует отношения между зрителем и кинематографом

7. Результат полезной деятельности отдельных лиц, а также организаций, направленной на удовлетворение определенных потребностей людей, называют:
А. прибылью
Б. коэффициентом полезной деятельности
В. услугой
Г. эффектом
Ответ: В. услугой

8. Среди «знаниевых» качеств искусствоведа нет:
А. умения анализировать
Б. умения проникнуть в суть художественного образа
В. умения разрешать конфликты в арт-среде
Ответ: В. умения разрешать конфликты в арт-среде

9. На первый план в профессиональной деятельности менеджера в сфере культуры и искусства выступает:
А. ориентация в ценах на арт-рынке
Б. способность управлять творческими процессами
В. осуществление связей с общественностью
Ответ: Б. способность управлять творческими процессами

10. Деятельность менеджера в сфере культуры и искусства не зависит:
А. от ценностных ориентаций
Б. уровня образования
В. наследуемых привычек
Ответ: В. наследуемых привычек

11. Роль менеджера в киноиндустрии:
А. остается неизменной
Б. меняется на различных её этапах
В. зависит от подготовки профессиональных кадров
Ответ: Б. меняется на различных её этапах

12. Менеджер в сфере культуры и искусства в условиях возникновения множества киностудий:
А. является функционером малого и среднего бизнеса

Б. не должен заботиться о поиске инвесторов
В. не обладает компетенцией оценки кинорынка
Ответ: А. является функционером малого и среднего бизнеса

13. Альтернативными внебюджетными источниками поступления ресурсов для учреждений культуры и искусства могут быть:
А. денежные поступления из внебюджетных источников
Б. неденежные пожертвования
В. волонтерское движение
Г. все ответы верны
Ответ: Г. все ответы верны

14. Деятельность по привлечению и аккумулированию оборотных средств, необходимых для реализации проектов и программ некоммерческого характера:
А. фандрейзинг
Б. факторинг
В. репарация
Ответ: А. фандрейзинг

15. Выводы относительно качества культурных услуг покупатели делают исходя из:
А. места, персонала, цены
Б. технических и стоимостных характеристик
В. нормативных, «жестких» и «мягких» параметров
Г. технических, эксплуатационных, эстетических и стоимостных параметров
Ответ: Г. технических, эксплуатационных, эстетических и стоимостных параметров

16. На отношение подчинённых к своим обязанностям влияют:
А. содержание и условия труда
Б. характер задания
В. организация работы
Г. все ответы верны
Ответ: Г. все ответы верны

17. Информация, которую мы предоставляем другим, и которая содержит нашу реакцию на их поведение, — это:
А. обратная связь
Б. восприятие поступков
В. ощущение защиты
Г. осознание поведения
Ответ: А. обратная связь

18. Выделите особенности учреждения культуры:
А. оно не является собственником своего имущества и владеет им на праве оперативного управления

Б. оно не имеет права совершать какие-либо операции с имуществом без согласования с собственником
В. зачастую функционирует в форме государственного учреждения
Г. все ответы верны
Ответ: Г. все ответы верны

19. Социальное качество услуги:
А. качество культуры, которое формируется поведением и позицией сотрудников по отношению к клиентам
Б. соотношение ожиданий потребителя и восприятия полученной услуги
В. качество процесса предоставления услуг, когда происходит непосредственное взаимодействие с персоналом
Ответ: А. качество культуры, которое формируется поведением и позицией сотрудников по отношению к клиентам

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 общеполезных 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:
А. достижение высоких финансовых результатов компании
Б. формирование в коллективе положительного социально-психологического климата
В. установка строгой дисциплины в коллективе
Ответ: Б. формирование в коллективе положительного социально-психологического климата

2. Зона общения с большой аудиторией, на расстоянии более 3,6 м:
А. межличностное расстояние
Б. социальная зона
В. общественная зона
Ответ: В. общественная зона

3. Некоторая целостность, состоящая из взаимосвязанных частей, каждая из которых вносит свой вклад в характеристики целого?
А. структура
Б. система
В. закон
Г. принцип
Ответ: Б. система

4. Что не входит в структуру коммуникаций?
А. мифы и легенды организации
Б. структура формализованных и неформальных информационных потоков
В. качество коммуникации: потеря и преобразование информации
Г. направленные действия по «внутреннему PR»
Ответ: А. мифы и легенды организации

5. Организационная культура включает следующие компоненты (определите лишнее):
А. хобби
Б. убеждения
В. ценности

Г. нормы
Ответ: А. хобби

6. Определению: «ощущение растерянности из-за поведения других людей» соответствует?
А. эмпатия
Б. антипатия
В. культурный шок
Г. адаптивность
Ответ: В. культурный шок

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 передаётся в доверительное управление профессиональной компании для извлечения прибыли, используемой для финансирования деятельности некоммерческой организации
Ответ: эндаумент