



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

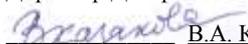
**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа


В.А. Казакова
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Социально-культурный менеджмент

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма подготовки очная

курс 3 семестр 6
лекции 18 час.
практические занятия 18 час.
лабораторные работы _____ час.
в том числе с использованием МАО лек. 6 /пр. 6 /лаб. _____ час.
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.
в том числе с использованием МАО 12 час.
самостоятельная работа 36 час.
в том числе на подготовку к экзамену _____ час.
контрольные работы (количество)
курсовая работа / курсовой проект _____ семестр
зачет 6 семестр
экзамен _____ семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями собственного образовательного стандарта ДВФУ протокол от 27.09.2016 № 07-16, введенного в действие приказом ректора ДВФУ от 21.10.2016 № 12-13-2030.

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента искусств и дизайна протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор департамента искусств докт. искусств, доц. Федоровская Н.А.

Составитель: старший преподаватель Воробьева Е. С.

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

Рабочая программа учебной дисциплины «Социально-культурный менеджмент» разработана для бакалавров 3 курса, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина «Социально-культурный менеджмент» является дисциплиной выбора вариативной части блока «Дисциплины (модули)» (Б1.В.ДВ.06.01) учебного плана подготовки бакалавров.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия 18 часов, практические занятия 18 часов, самостоятельная работа – 36 часов. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре. По учебному плану предусмотрен зачет.

Данный курс содержательно и методически связан с другими дисциплинами – «Культурология», «Основы проектной деятельности», «Социокультурная антропология стран АТР», «Социальные конфликты в современной России», «Музейно-выставочные технологии» учебного плана ОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: Сформированность системы знаний об основных концепциях и учениях менеджмента; о внешней и внутренней среде учреждений клубного типа; об управленческом потенциале учреждений; о государственном регулировании их деятельности; о менеджере как руководителе, его роли и функциях в учреждениях клубного типа. Механизмы финансирования в сфере арт-индустрии. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии.

Цель дисциплины: сформировать систему знаний об основных концепциях и учениях менеджмента

Задачи:

1. изучение общей характеристики менеджмента;
2. определение внутренней и внешней среды социокультурного менеджмента;
3. формирование знаний маркетинга социокультурного менеджмента.

Для успешного изучения дисциплины «Социально-культурный менеджмент» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмов убеждения (ПК-14);

- способностью использовать методы социогуманитарных наук для формирования междисциплинарного подхода в профессиональной деятельности (УПК-1) из ОС ВПО ДВФУ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью от 21.10.2016г.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
(ПК-14) способностью прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмов убеждения	Знает	Теоретические основы управления в социокультурной сфере
	Умеет	Применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях
	Владеет	Управленческими технологиями социокультурной сферы, технологиями принятия решений в нестандартных ситуациях
(УПК-1) способностью использовать методы социогуманитарных наук для формирования междисциплинарного подхода в профессиональной деятельности	Знает	Основные концепции и инструментарий, необходимые в управленческой работе
	Умеет	Применять современные информационные технологии для формирования баз данных в своей предметной области
	Владеет	Навыками формирования собственных информационных баз данных для их использования в профессиональной деятельности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Социально-культурный менеджмент» применяются следующие методы активного обучения на лекционных и практических занятиях: собеседование, дискуссия.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 ЧАС)

Раздел 1. Основы менеджмента

Тема 1. Менеджмент, его сущность и основные понятия (2 час.)

Занятие проводится с применением МАО – дискуссии.

Объект и предмет менеджмента. Понятие менеджмента. Сущность и характерные черты менеджмента. Менеджмент как вид деятельности. Особенности российской модели управления. Особенности американской модели управления. Особенности японской модели управления

Тема 2. Виды менеджмента (2 час.)

Оперативный менеджмент, его характеристика. Стратегический менеджмент, его характеристика. Инновационный менеджмент, его характеристика. Финансовый менеджмент, его характеристика. Кадровый менеджмент, его характеристика. Самоменеджмент, его характеристика. Оперативный менеджмент, его характеристика

Тема 3. Этапы развития менеджмента (2 час.)

Эволюционные этапы в истории теории и практики менеджмента. Вклад в современную науку управления школ менеджмента. Вклад в современную науку управления теорий менеджмента. Ситуационный подход в менеджменте, его сущность. Системный подход в менеджменте, его сущность. Процессный подход в менеджменте, его сущность.

Раздел 2. Система управления организацией

Тема 4. Организация. Подсистемы управления организацией (2 час.)

Занятие проводится с применением МАО – дискуссии.

Понятие «организация». «Учреждение» как один из видов юридического лица. Виды организаций. Методология управления организаций. Процесс управления организаций. Структура управления организаций. Техника управления организаций

Тема 5. Принципы менеджмента. Цикл менеджмента (2 час.)

Занятие проводится с применением МАО – дискуссии.

Понятие «принцип менеджмента». Основные принципы менеджмента (по А.Файолю), их характеристика. Современные принципы менеджмента, их характеристика. Понятие «функции менеджмента». Основные функции: планирование, организация, координация, мотивация, контроль, их содержание.

Тема 6. Методы менеджмента (2 час.)

Система методов управления. Экономические, административные и социально-психологические методы. Необходимость сочетания всех методов.

Раздел 3. Менеджмент учреждения социально-культурной сферы

Тема 7. Сущность и особенности управления учреждением СКС (2 час.)

Управление и культура. Система и уровни управления: федеральный, краевой, областной, муниципальный, сельского поселения. Основные этапы управленческой деятельности в сфере культуры. Программы и проекты в сфере культуры. Определение «организационной структуры». Типы организационных структур: элементарная, функциональная, дивизиональная и матричная. Особенности отдельных типов структур. Факторы выбора организационной структуры. Организационная структура как объект стратегических изменений в организации.

Тема 8. Организационная культура в учреждении (2 час.)

Определение «организационной культуры». Составляющие организационной культуры. Факторы, влияющие на организационную культуру: точки концентрации внимания руководства; реакция руководства на нестандартные моменты; отношение к работе и стиль поведения руководителя; критерии поощрения персонала; критерии отбора, назначения, продвижения и увольнения персонала; структура организации; система передачи информации в организации; смысл существования организации. 10 Характеристик организационной культуры. Взаимодействие человека и организационного окружения.

Тема 9. Миссия и цели учреждения (2 час.)

Понятие «миссии». Миссия как смысл существования учреждения. Факторы выработки миссии. Формулирование миссии в учреждении. Понятие и виды целей организации. Критерии классификации целей. Требования к целям. «Дерево целей» учреждения СКС

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 ЧАС.)

Занятие 1, 2. Среда организации (4 час.)

1. Внешняя среда как часть общей среды организации, ее сущность.
2. Анализ макроокружения организации: экономическая, правовая, политическая, социальная и технологическая компонента, изучение всех компонент. .

3. Анализ непосредственного окружения организации: покупатели, поставщики, конкуренты, рынок рабочей силы для организации
4. Внутренняя среда как часть общей среды организации, ее сущность.
5. Изучение внутренней среды организации: кадровый, организационный, производственный, маркетинговый, финансовый срезы
6. Выявление сильных и слабых сторон деятельности организации.

Занятия 3. Руководитель в учреждении культуры (2 час.) *Занятия проводятся с применением МАО – дискуссии.*

1. Руководство учреждением культуры клубного типа.
2. Стили руководства: авторитарный, демократический, лояльный.
3. Использование стилей руководства в управленческой практике учреждений клубного типа.

Занятия 4. Управленческие решения (2 час.)

1. Управленческие решения, понятие и сущность
2. Процесс принятия управленческих решений
3. Классификация управленческих решений

Занятия 5, 6. Лидер и лидерство в менеджменте. (4 час.) *Занятия проводятся с применением МАО – дискуссии.*

1. Природа и определение понятие лидерства..
2. Типы лидерства: политическое и экономическое, социальное и нравственное, интеллектуальное и статусное, ресурсное, территориальное
3. Основные функции лидера: анализ и оценка ситуации, сообщения последователям своего понимания ситуации, определение программы своей деятельности, мобилизация всех ресурсов своей группы последователей на достижение высоких целей.
4. Лидерство и управление. Лидер и менеджер

Занятия 7, 8, 9. Конфликты. Управление конфликтами (6 час.)

1. Общее понятие о конфликтах.
2. Стадии конфликта: зарождение и формирование, расцвет (пик конфликта), разрешение.
3. Типы конфликтов: конфликт целей, во взглядах, чувственный конфликт.
4. Основные причины существования конфликта.
5. Уровни конфликта: внутриличностный, межличностный, внутригрупповой, межгрупповой, внутриорганизационный.

6. Фазы взаимодействия конфликта: переговорно-примирительная, насильственно-подавляющая.
7. Методы управления конфликтами

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Социально-культурный менеджмент» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Для текущей аттестации при изучении дисциплины «Социально-культурный менеджмент» используются следующие оценочные средства:

1) Устный опрос (УО):

- Собеседование (ОУ-1)
- Доклад, сообщение (ОУ-3)
- Дискуссия (ОУ-4)

2) Письменные работы (ПР):

- Тест (ПР-1)
- Конспект (ПР-7)

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел 1. Основы менеджмента	ПК-14	знает	УО-1 Собеседование ОУ-4 Дискуссия	Вопросы к зачету № 1,2,3,4,5,6, 7, 8, 11,12, 13, 14,15

			умеет	ОУ-3 Доклад ПР- 1 Тест	Вопросы к зачету № 9, 10,29
			владеет	ОУ-3 Доклад ПР-7 Конспект	Вопросы к зачету 8,9,11,13.17
2	Раздел 2. Система управления организацией	УПК-1	знает	УО-1 Собеседование ОУ-4 Дискуссия	Вопросы к зачету № 21,22,24,37
			умеет	ОУ-3 Доклад ПР- 1 Тест	Вопросы к зачету № 4-17,21,29
			владеет	ОУ-4 Дискуссия ПР-7 Конспект	Вопросы к зачету 13,21,27,28,36
3	Раздел 1. Основы менеджмента	ПК-14	знает	УО-1 Собеседование ПР-1 Тест	Вопросы к зачету № 1-18 ,21,28,33
			умеет	ОУ-3 Доклад ПР- 1 Тест	Вопросы к зачету № 19,20,24,25,38,39
			владеет	ОУ-4 Дискуссия ПР-10 Конспект	Вопросы к зачету 16,17,21-23,26,40
4	Раздел 3. Менеджмент учреждения социально-	УПК-1	знает	УО-1 Собеседование	Вопросы к зачету 25, 30, 32, 37
			умеет	ОУ-3	

	культурной сферы		Доклад ПР-1 Тест
			владеет ОУ-4 Дискуссия ПР-10 Конспект

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Коленько С. Г. Менеджмент в социально-культурной сфере : учебник и практикум для СПО / С. Г. Коленько ; Санкт-Петербургский государственный университет. Москва : Юрайт, 2016. – 370 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:819668&theme=FEFU>
2. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебное пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов; Под ред. М.П. Переверзева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 192 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=414040>
3. Менеджмент музыкального искусства : учебное пособие для вузов / М. В. Воротной. Санкт-Петербург : Лань, : Планета музыки, 2013. – 252 с.: Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:768043&theme=FEFU>
4. Теория менеджмента: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 263 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=363778>
5. Тихомирова О. Г. Управление проектами: практикум [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О.Г. Тихомирова. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 273 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?item=author&code=112442&page=1>

Дополнительная литература
(печатные и электронные издания)

1. Внутри картины. Статьи и диалоги о современном искусстве / Бакштейн И.; Ред. серии Ельшевская Г. - М.: НЛЮ, 2015. - 464 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=541317>
2. Массовый рынок живописи в современной России / Е. С. Березина, В. А. Куренной. (VRT)000688642 Материалы ..., 29-30 апреля 2013 г., Владивосток, 2013. – С. 400-403. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:717133&theme=FEFU>
3. Мода и искусство: Сборник / Ред. Деминова Е., Гечи А.; Пер. с англ. Деминовой Е. - М.: НЛЮ, 2015. - 272 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=550468>
4. Портретная графика как объект арт-рынка. Наблюдения и открытия / А. Мышкина. (VRT)000717299 Русское искусство : журнал. - 2014. – № 3 (43). – 2014. – С. 120-127.- Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:787032&theme=FEFU>
5. Резник С. Д. Менеджмент. В 3-х кн. Кн. 3. Управление семьей, домашним хозяйством, персональный менеджмент: Избранные статьи / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 263 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368416>
6. Русское искусство на международном арт-рынке / Т. Ж. Маркина. (VRT)000717299 Русское искусство : журнал. - 2014. – № 3 (43). 2014. - С. 20–27. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:787014&theme=FEFU>
7. Холден, Найджел Дж. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама» / Н. Дж. Холден; пер. с англ. под ред. проф. Б. Л. Ерёмкина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 384 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391710>

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети
«Интернет»**

1. Арт-менеджер – это человек, который организует рынок. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rma.ru/news/10970/>

2. ArtManagement. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://artmanagement.ru/>
3. «Арт-менеджер» Online. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.artmanager.ru/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: MicrosoftOffice (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующие информационно справочные системы:

1. ЭБС ДВФУ - <https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/> ,
2. Электронная библиотека диссертаций РГБ - <http://diss.rsl.ru/> ,
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY - <http://elibrary.ru/defaultx.asp> ,
4. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" - <http://e.lanbook.com/> ,
5. Электронная библиотека "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/> ,
6. Электронно-библиотечная система IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/> ,
7. Информационная система "ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru/> ,
8. Доступ к Антиплагиату в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ - <https://bb.dvfu.ru/> ,
9. Доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ - <http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?theme=FEFU> ,
10. Доступ к расписанию https://www.dvfu.ru/schools/school_of_arts_culture_and_sports/student/the-schedule-of-educational-process/ ;
11. Доступ к рассылке писем <http://mail.dvfu.ru/>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения материалов учебного курса «Социально-культурный менеджмент» предлагаются разнообразные формы работ: работа на лекциях, на практических (семинарских) занятиях, работа с учебной и научной литературой, собеседование, выполнение практических заданий, формулируемых преподавателем.

Лекционные занятия ориентированы на освещение сложнейших тем и проблем и призваны ориентировать студентов в предлагаемом материале, заложить научные и методологические основы для дальнейшей самостоятельной работы.

На *практических занятиях* рассматриваются наиболее значимые и интересные проблемы арт-менеджмента, которые призваны стимулировать у студентов выработку собственной позиции.

Планирование занятий в форме научной дискуссии. Для этого академическая группа разделяется на три подгруппы, имеющие разные роли на практическом занятии: 1) группа докладчиков; 2) группа оппонентов; 3) группа рецензентов.

В ходе занятия «докладчики» освещают основные вопросы занятия, «оппоненты» ведут научную дискуссию с «докладчиками», «рецензенты» анализируют ход дискуссии и всё занятие.

Дискуссия на семинаре должна быть доброжелательной и корректной. Ее участники должны проявлять принципиальность и последовательность в суждениях, ответственность за свое выступление, что выражается в научной весомости замечаний и контраргументов, содержательности выражаемой мысли, точности в определении понятий.

Особо значимой для профессиональной подготовки является *самостоятельная работа* по курсу. В ходе этой работы студенты отбирают необходимый материал по изучаемому вопросу и анализируют его. Самостоятельная работа с литературой включает в себя такие приемы как составление конспектов и *подготовку к семинарским занятиям*.

Методические указания по сдаче зачета или экзамена

Существуют общепринятые правила подготовки и сдачи студентами зачетов и экзаменов в период проведения экзаменационных сессий.

Готовиться к экзаменам необходимо в течение всего учебного времени, т.е. с первого дня очередного семестра: вся работа студента на лекциях, семинарских занятиях, консультациях, а также написание рефератов и выполнение курсовых работ и т.п. - это и есть этапы подготовки студента к зачетам и экзаменам.

Подготовка к сессии должна быть нацелена не столько на приобретение новых знаний, сколько на закрепление ранее изученного материала и повторение его. Сумму полученных знаний студенту перед сессией надо разумно обобщить, привести в систему, закрепить в памяти, для чего ему надо использовать учебники, лекции, консультации, курсовые работы, рефераты и т.п., а также методические пособия и различного рода руководства. Повторение необходимо производить, но разделам, темам.

Методика подготовки к сдаче зачёта или экзамена одинакова и состоит из двух взаимосвязанных этапов.

1. Регулярное посещение всех учебных занятий в течение всего семестра: лекций, семинарских занятий, консультаций и т.п., а также активное изучение рекомендованной литературы, отработка (в случае необходимости) в установленные сроки всех пропущенных учебных занятий.

2. Непосредственная подготовка к экзамену, когда студенту нужно в короткий срок (2-4 дня) охватить весь изученный материал по предмету и успешно сдать зачет, а потом экзамен. А для того, чтобы это успешно сделать, студент, в первую очередь, должен мысленно в спокойной обстановке вспомнить весь материал, изученный за семестр, с тем, чтобы выявить разделы курса (предмета) слабо изученные или плохо понятые при первоначальном изучении с целью устранения пробелов в своих знаниях.

Для успешной подготовки к зачёту и экзаменам студенту необходимо составить себе своеобразный рабочий график, в котором отразился бы последовательный переход от темы к теме, от раздела к разделу.

Во время подготовки к зачёту и экзамену студенту необходимо просмотреть и собственные конспекты прослушанных лекций и самостоятельно проработанных тем семинарских занятий. Это позволит ему восстановить в памяти ранее изученные положения, выявить пробелы в своих знаниях и восполнить их из других источников.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины представляет собой учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Практические занятия по дисциплине «Социально-культурный менеджмент» проходят в аудиториях, оборудованных компьютерами типа Lenovo C360G-i34164G500UDK с лицензионными программами Microsoft

Office 2010 и аудио-визуальными средствами: проектор Panasonic DLP Projector PT-D2110XE, плазма LGFLATRON M4716CCBAM4716CJ. Для выполнения самостоятельной работы студентов жилые корпуса ДВФУ обеспечены системой Wi - Fi.

Помещения для проведения практических занятий укомплектованы учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации студенческой аудитории.

Для проведения занятий предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)**

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине

«Социально-культурный менеджмент»

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

Форма подготовки очная

Владивосток
2018

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине 6 семестр

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	3, 5, 7 недели	Подготовка к собеседованию	18 час	Собеседование
2	1-18 недели	Работа с литературными источниками	6 час	Доклад
3.	1-18 недели	Конспектирование научной литературы	6 час	Сдача конспекта;
4	1-18 недели	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям	15 час	Дискуссия
5	1-18 недели	Подготовка к тестированию	15 час	Тестирование
6	1-18 недели	Подготовка к зачету	30	Сдача зачета

Характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению

Приведем рекомендации В. Колесника по лучшему усвоению информации при работе с литературными источниками в процессе обучения (сайт Колесник.ру)

1. Оцените (Survey / Skim).

Бегло просмотрите текст, чтобы получить о нем общее представление. Просканируйте взглядом оглавление, введение, заголовки и подзаголовки, начала и концовки глав, выделенные слова. Сформируйте свое мнение о полезности текста. (Если окажется, что он вам не нужен — закончите на этом шаге.)

2. Задайте вопросы (Question).

Это поможет вам лучше понять, чего вы хотите от текста, и хорошо структурировать изучаемую информацию на следующих шагах. Запишите все вопросы, которые придут вам на ум в связи с этим текстом или обстоятельствами, которые побудили вас к нему обратиться. Возможно, вам понадобится для этого еще раз просмотреть текст. Попробуйте превратить в вопросы заголовки и подзаголовки, используйте вопросы, содержащиеся в тексте, придумайте, какие вопросы по этой теме задал бы член вашей филы. Проясните и сформулируйте для себя цели своего чтения.

3.Прочтите (Read).

Прочтите текст и обратите особое внимание на те его части, которые кажутся вам полезными и отвечающими на сформулированные вами выше вопросы. В процессе чтения делайте заметки, фиксируйте ключевые слова, создавайте ментальные карты, чтобы зафиксировать самую важную для вас информацию.

4.Вспомните (Recall / Recite).

Закончив главу или раздел книги, сформулируйте ключевые моменты, отвечающие на ваши вопросы (либо вслух, либо в письменной форме, но обязательно своими словами) и посмотрите, как с этим согласуется остальная информация. Это поможет лучше понять, запомнить и организовать изучаемый материал.

5.Пересмотрите (Review). Обзор или пересмотр текста может происходить в форме перечитывания, работы со своими заметками или ментальными картами, обсуждения изученного материала с другими людьми или пересказа и обобщения понятого.

Разумеется, приведенная инструкция — это только канва, на основе которой можно создавать несчетные вариации для решения конкретных задач. Можно, например, скрестить ее с креативным чтением и посмотреть, что из этого выйдет.

Перечень рекомендованных литературных источников:

1. Кожевникова, Л. А. Экономика библиотечной деятельности : методология изучения и методика преподавания [Текст] / Л.А. Кожевникова // Библиотека и духовная культура нации / Е.Б. Артемьева; Российская академия наук. Сибирское отделение, Государственная публичная научно-техническая библиотека (Новосибирск). - 2002. - С. 18-24.

2. Колегаева, С. Платная деятельность учреждений культуры в субъектах Российской Федерации [Текст] / С. Колегаева // Независимый библиотечный адвокат. - 2001. - № 4. - С. 7-14.

3. Кузнецова, И.В. Промоушн в сфере шоу – бизнеса // Диалог культур: история, современные проблемы и перспективы: материалы Всерос. науч. – практ. конф. – Тюмень: Изд-во ТГУ, 2001. – С44-47.

4. Кузнецова, И.В. Промоушн в сфере шоу – бизнеса// Диалог культур: история, современные проблемы и перспективы: материалы Всерос. науч. – практ. конф. -Тюмень: Изд-во ТГУ, 2001.- С. 44-47.

5. Лившиц, С. Директор года [Текст] : [беседа с генеральным директором красноярской рекламно-продюсерской компании (Город) Сергеем Лившицом] / [записала] Альбина Гребенщикова // Бизнес-Актив : еженедельный красноярский журнал. - 2006. - N20. - С. 24-26.

6. Маркетинг: учебник, практикум и учеб.-метод. комплекс по маркетингу /Р.Б. Ноздрёва [и др.]. -М.: Юрист, 2000.
7. Мелихова, Е. Л. Художественная галерея: торговля искусством? [Текст] / Е.Л. Мелихова // Социологические исследования. - 2000. - № 4. - С. 125-127.
8. Новаторов, Б.Ч. Маркетинг культурных услуг. - Омск, 1992.
9. Новикова, Г.Н. Режиссура концертно-зрелищных программ: метод, указания и программа курса.-М.: МГУК, 1999.
10. Новикова, Г.Н. Социокультурные концепции управления в арт-менеджменте [Текст] / Г.Н. Новикова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2005. - N2. - С. 83-88.
11. Онуфриенко, Г. Польша: культура за частные деньги [Текст] / Г. Онуфриенко // Панорама культурной жизни зарубежных стран. - 2000. - № 5/6. - С. 22-25.
12. Осинцева, В.М. Предложение культурной услуги на рынке индустрии развлечений // Диалог культур: история, современные проблемы и перспективы. -Тюмень: ТГУ, 2001.

Критерии оценки (письменный ответ)

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением

предусмотренных программой заданий; стремление логически определено и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему сообщения по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы семинара, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий. На семинарских занятиях предполагается выступление студентов с докладами и сообщениями.

Тематика докладов/сообщений

- Лидерство и стили руководства.
- Лидерство и социально-психологическое содержание руководства. Виды стилей руководства. Факторы формирования и динамика стилей руководства.
- Стимулирование и мотивация. Виды и методы стимулирования.
- Содержание мотивации и виды мотивов. Мотивация и проблема успеха. Свобода и ответственность.
- Создание и развитие мотивационных условий. Два потока внутрифирменной информации.
- Культура менеджмента и организационная культура фирмы.

Методические указания к выполнению доклада

Цели и задачи доклада

Доклад представляет собой краткое изложение проблемы практического или теоретического характера с формулировкой определенных выводов по рассматриваемой теме. Избранная студентом проблема изучается и анализируется на основе одного или нескольких источников. В отличие от курсовой работы, представляющей собой комплексное исследование проблемы, доклад делается на основе анализа одной или нескольких научных работ.

Целью написания доклада являются:

- развитие у студентов навыков поиска актуальных проблем физической культуры и спорта;
- развитие навыков краткого изложения материала с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

Задачами написания доклада являются:

- научить студента максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свою работу
- научить студента грамотно излагать свою позицию по анализируемой проблеме;
- подготовить студента к дальнейшему участию в научно – практических конференциях, семинарах и конкурсах;
- помочь студенту определиться с интересующей его темой, дальнейшее раскрытие которой возможно осуществить при написании курсовой работы или диплома;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с мнением того или иного автора по данной проблеме.

Основные требования к содержанию доклада

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Доклад должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей структуре доклад в письменном виде состоит из:

1. Титульного листа;

2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;

3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;

4. Заключение, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.

5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке доклада.

Объем доклада составляет 5-7 страниц машинописного текста. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5 см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Порядок сдачи доклада и его оценка

Доклад выполняется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем по конкретной дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

Оценивание доклада

Критерий	Требования к докладчику	Максимальное количество баллов
Знание и понимание теоретического материала	<ul style="list-style-type: none">- определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры;- используемые понятия строго соответствуют теме.	20 баллов
Анализ и оценка информации	<ul style="list-style-type: none">- грамотно применяет категории анализа;- умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;- способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению;- диапазон используемого информационного	40 баллов

	<p>пространства (участник использует большое количество различных источников информации);</p> <ul style="list-style-type: none"> - обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм; - дает личную оценку проблеме. 	
Построение суждений	<ul style="list-style-type: none"> - ясность и четкость изложения; - логика структурирования доказательств; - выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; - приводятся различные точки зрения и их личная оценка; - общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи. 	30 баллов
Оформление работы	<ul style="list-style-type: none"> - работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат; - соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка; - оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации; - соответствие формальным требованиям. 	10 баллов

Конспектирование научной литературы и рекомендации по выполнению

Наиболее распространенным видом самостоятельной работы является конспектирование научной литературы. Конспект – это наиболее совершенная форма записей. Это слово произошло от лат (conspectus), что означает обзор, изложение. В конспекте, составленном по правилам, сосредоточено самое главное, основное в изучаемой теме, разделе или произведении. В нем сосредоточено внимание на самом существенном, в кратких обобщенных формулировках приведены важнейшие теоретические положения. Конспектирование способствует глубокому пониманию и прочному усвоению изучаемого материала; помогает выработке умений и навыков правильного, грамотного изложения в письменной форме теоретических и практических вопросов; формирует умения ясно излагать чужие мысли своими словами.

Конспект может быть текстуальным и тематическим. В текстуальном конспекте сохраняется логика и структура изучаемого текста. Запись делается в соответствии с расположением материала в тексте или книге. В тематическом конспекте это делается иначе: за его основу берется не план произведения, а содержание темы, проблемы.

Текстуальный конспект. Этапы работы.

1. Конспектирование делается только после того, как прочитано, усвоено и продумано все произведение.

2. Необходимо мысленно или письменно составить план произведения. По этому плану и будет строиться текстуальный конспект далее.

3. Составление самого конспекта. Можно сказать, что конспект – это расширенные тезисы, дополненные рассуждениями и доказательствами, содержащимися в произведении, а также собственными мыслями и положениями составителя конспекта. Конспект также включает и выписки. В него могут включаться отдельные дословно цитируемые места произведения или материала, а также примеры, цифры, факты, схемы, взятые из конспектируемого произведения. Конспект требует большего наполнения знаниями, чем только фиксация неких сведений. Поэтому для полноценного и успешного конспектирования требуется дальнейшая работа над материалом и определения, связи того или иного произведения с другими в данной тематике или проблематике.

4. Оформление конспекта. Приступая к конспектированию, следует подумать и о его оформлении. Для этого требуется указать:

- имя автора,
- полное название работы,
- место и год издания,
- для статьи указывается, где и когда она была напечатана,
- страницы изучаемого произведения, чтобы можно было, руководствуясь записями, быстро отыскать в тексте нужное место.

Писать конспект рекомендуется четко и разборчиво. Небрежная запись со временем становится малопонятной даже для ее автора. Существует общее правило: конспект, составленный для себя, должен быть написан так, чтобы его легко прочитал кто-нибудь другой.

При конспектировании допускается сокращение слов, но здесь следует допускать известную осторожность и меру. Использование общеупотребительных сокращений не вызывает сомнений и опасений. В большинстве же случаев каждый составитель вырабатывает свои сокращения. Однако если они не систематизированы, то лучше их не применять. Случайные сокращения ведут к тому, что спустя некоторое время конспект становится непонятным и неудобочитаемым. Недопустимы сокращения в наименованиях и фамилиях.

В конспекте можно выделять места текста в зависимости от их значимости. Для этого применяются различного размера буквы, подчеркивания, замечания на полях. В конспекте могут быть диаграммы, таблицы, схемы, которые придают ему наглядность, способствуют лучшему

усвоению изучаемого материала. Конспект, обычно ведется в тетрадях или на отдельных листках.

Записи в тетрадях легче оформить, они занимают меньше места, их удобно брать и носить с собой на лекцию, семинары и т.д. Рекомендуется оставлять в тетрадях поля для последующей работы над конспектом, для дополнительных записей, замечаний, пунктов плана. Тетрадный конспект вести намного легче, чем конспектировать на листках. Однако конспект в тетради имеет и недостатки: в нем мало место для пополнения новыми сведениями, материалами, выводами, обобщениями.

Конспект на отдельных листках. Из него удобно извлечь отдельную, понадобившуюся запись; его можно быстро пополнить листками с новыми сведениями и материалами, выводами и обобщениями; при подготовке выступлений лекций, докладов легко подобрать листики из различных конспектов, свести их вместе; в результате конспект может стать тематическим. Недостатки конспекта на отдельных листках: а) необходимы папки для их хранения, которые можно перепутать, рассыпать; б) возникает также необходимость писать на них порядковый номер или какой-нибудь индекс, название конспектируемого произведения. Однако такая затрата времени окупается мобильными и удобными преимуществами.

Примерный список источников для конспектирования:

1. Внутри картины. Статьи и диалоги о современном искусстве / Бакштейн И.; Ред. серии Ельшевская Г. - М.: НЛЮ, 2015. - 464 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=541317>
2. Массовый рынок живописи в современной России / Е. С. Березина, В. А. Куренной. (VRT)000688642 Материалы ..., 29-30 апреля 2013 г., Владивосток, 2013. – С. 400-403. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:717133&theme=FEFU>
3. Мода и искусство: Сборник / Ред. Деминова Е., Гечи А.; Пер. с англ. Деминовой Е. - М.: НЛЮ, 2015. - 272 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=550468>

Критерии оценки (письменный ответ)

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией

соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Рекомендации по подготовке к тестированию

В современном образовательном процессе тестирование как новая форма оценки знаний занимает важное место и требует серьезного к себе отношения. Цель тестирований в ходе учебного процесса студентов состоит не только в систематическом контроле за знанием точных дат, имен, событий, явлений, но и в развитии умения студентов выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных исторических явлений и процессов. Одновременно тесты способствуют развитию творческого мышления, умению самостоятельно локализовать и соотносить исторические явления и процессы во времени и пространстве.

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие *методические рекомендации*:

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока, не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытайтесь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

- Психологи также советуют думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже итоговому экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и

самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Тест по дисциплине «Социально-культурный менеджмент»

1. На продукты искусства цены устанавливаются исходя из:

- 1) издержек производства;
- 2) уровня цен конкурентов;
- 3) воспринимаемой потребителем ценности продукта.

2. К количественным методам маркетингового исследования относятся;

- 1) анкетирование;
- 2) наблюдение;
- 3) метод экспериментов

3. Маркетинг культуры это:

- 1) маркетинг спроса;
- 2) маркетинг предложения;
- 3) маркетинг продаж

4. Комплекс маркетинга организаций культуры включает в себя:

- 1) потребителя;
- 2) маркетинговые исследования;
- 3) цену;
- 4) место;
- 5) продукт;
- 6) производство.

5. Исследование рынка - это:

- 1) общие характеристики и тенденции изменения рынка;
- 2) состояние конкуренции на рынке;
- 3) соотношение спроса и предложения туристских услуг на данном рынке;
- 4) продвижение услуг с учетом рыночного спроса;
- 5) характеристика основных потребителей;
- 6) определение системы продвижения;
- 7) тенденции развития внешней среды, влияющие на деятельность турорганизации.

6. Сбор первичной информации - это:

- 1) анкетирование;
- 2) опрос;

3) работа с библиотечным компьютерным материалом, данными центрального отдела научно-технической информации.

8) выбор наиболее подходящих средств продвижения.

7. Маркетинг начинается:

1) с разработки и производства товара, услуги;

2) с изучения рынка и запросов потребителей;

3) с информационной и рекламной кампании.

8. Рынок, соответствующий положению, когда предложение превышает спрос:

1) рынок продавца;

2) рынок покупателя.

9. К какому методу комплексного исследования рынка относится изучение различного рода справочников и статистической литературы:

1) кабинетные исследования;

2) внекабинетные (полевые исследования).

10. Сегментация-это:

1) разделение потребителей на однородные группы в соответствии с потребностями;

2) определение места для своего товара в ряду аналогов.

11. Позиционирование-это:

1) разделение потребностей на однородные группы в соответствии с потребителями;

2) определение места для своего товара или услуги в ряд у аналогов.

12. Система анализа маркетинговой информации включает в себя:

1) статистический банк данных;

2) систему внутренней отчетности;

3) банк моделей;

4) систему сбора текущей маркетинговой информации.

13. Ремаркетинг связан:

1) с негативным спросом;

2) снижающим спросом;

3) иррациональным спросом;

4) отсутствием спроса;

5) чрезмерным спросом.

14. Конверсионный маркетинг связан:

1) с негативным спросом;

2) потенциальным спросом;

3) отсутствием спроса;

4) полным спросом;

5) иррациональным спросом.

15. На какие рынки предпочтительно выводить фирмы, продукция которых уступает аналогичной продукции конкурентов по качеству, условиям обслуживания:

- 1) на рынки с эластичностью спроса;
- 2) на рынки с низкой эластичностью.

16. Как зависит объем продаж от уровня цен при высокой эластичности спроса:

- 1) цены понижаются незначительно - объем продаж увеличивается;
- 2) цены понижаются значительно - объем продаж существенно не растет;
- 3) цены понижаются - объем продаж не меняется.

17. Конкурентоспособность услуги - это:

- 1) самый высокий в мире уровень качества;
- 2) способность услуги конкурировать с аналогичными видами услуг на мировом рынке;
- 3) способность услуги конкурировать с аналогами на конкретном рынке в определенный период времени;
- 4) самая низкая себестоимость.

18. Составляющими конкурентоспособности услуги являются:

- 1) безопасность;
- 2) сертификационная система обеспечения качества;
- 3) эффективность рекламы;
- 4) базисные условия контроля.

19. Какие шкалы включает в себя социопсихологическая модель досуговой деятельности:

- 1).Выгода – удовольствие;
- 2).Общение – уединение;
- 3).Удовольствие – скука;
- 4).Удовлетворенность – неудовлетворенность;
- 5).Сокращение – рост.

20. Какие четыре основных рынка обслуживают организации культуры:

- 1).Досуговый рынок;
- 2)Государственный рынок;
- 3)Рынок услуг;
- 4).Спонсорский (донорский) рынок;
- 5).Потребительский рынок.

Критерии оценки теста

Критерием оценки является уровень освоения студентом материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается количеством правильно выполненных заданий теста, выраженное в %, согласно следующей шкале: Процент результативности (правильности ответов), %	Количество баллов	Оценка
90 – 100	5	отлично
80 – 89	4	хорошо
79 – 61	3	удовлетворительно
60 и менее	-	неудовлетворительно

Рекомендации по подготовке к собеседованию

Проводя, собеседование, преподаватель определяет задачи и порядок работы учебной группы. Непосредственно для собеседования приглашаются 1-2 студента. Хорошо продуманный состав одновременно приглашаемых на беседу обеспечивает поучительность, гибкость и возможность обмена опытом и знаниями.

В ходе беседы /20-25 мин./ преподаватель должен выяснить глубину усвоения и осмысления проблем студентами; проверить умение творчески применять полученные знания для анализа теоретических и прикладных проблем политологии, современного политического процесса; вовлечь студентов в совместный поиск ответов на вопросы, вызывающих затруднение; уточнить и разъяснить непонятные положения и проблемы; подвести итог и оценить работу студентов, поставить задачи на последующую самостоятельную работу студентов.

План беседы должен включать:

1. Вхождение в беседу /2-3 мин./. В это время необходимо установить контакт со студентами, создать психологический настрой для беседы, выяснить, какая литература и источники изучены, возникшие трудности и вопросы.

2. Постановка проблемы /3-4 мин./. Пока студенты продумывают проблему, преподаватель просматривает и оценивает конспекты, другие записи, сделанные при подготовке к собеседованию.

3. Беседа по проблеме /15-20 мин./. Если беседа ведётся с несколькими студентами одновременно, преподавателю следует разъяснить

индивидуальную роль-функцию /объясняющий, критик и т.д./. С целью активизации познавательной деятельностью группы и выяснения уровня усвоения проблемы преподаватель задаёт уточняющие вопросы или повышает сложность учебной задачи. Этому способствует и смена студентами ролей-функций.

Остальные студенты группы занимаются самостоятельно по проблемам собеседования. При этом преподаватель может предложить им использовать наглядные пособия и технические средства обучения, в том числе и ЭВМ, как для углубления знания, так и самоконтроля.

Примерные вопросы для проведения собеседования

1. Информационное обеспечение в сфере культуры - необходимое условие современного менеджмента.
2. Определение приоритетов поддержки и развития культуры. Культурные программы как метод управления.
3. Роль, значение и содержание культурных программ. Технология разработки и обеспечения реализации культурных программ.
4. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников (фандрейзинг). Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга.
5. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга.
6. Виды и размеры возможных субсидий. Контакты с потенциальными донорами. Специальные мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону.
7. Анализ эффективности фандрейзинговой кампании. Разработка организационных документов (уставов, положений, должностных инструкций и т. д.).
8. Виды планов в сфере культуры. Организация плановой деятельности (этапы планирования).
9. Методы планирования. Аналитическое планирование. Элементы маркетинга. Нормативное планирование. Целевое обоснование планов.
10. Планирование материального и финансового обеспечения (балансовые методы планирования).
11. Планирование организационного обеспечения (матричный и сетевой план).
12. Социально-культурная деятельность как объект проектирования. Культура как область проектной деятельности. Принципы социально-культурного проектирования.

13. Современная социокультурная ситуация и проблемное поле проектирования. Содержание социально-культурных проблем и варианты их проектных решений.

Критерии оценивания ответов на вопросы для собеседования

При оценке ответа надо учитывать:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

Ответ оценивается как «отличный», если студент:

1) полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий;

2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;

3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Ответ оценивается как «хороший» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого. «Удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий;

2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении сущности вопроса.

Можно считать пороговый уровень недостигнутым, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Социально-культурный менеджмент»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма подготовки очная

Владивосток
2018

Паспорт ФОС

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
	(ПК-14) способностью прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения	Знает
Умеет		Применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях
Владеет		Управленческими технологиями социокультурной сферы, технологиями принятия решений в нестандартных ситуациях
(УПК-1) способностью использовать методы социогуманитарных наук для формирования междисциплинарного подхода в профессиональной деятельности	Знает	Основные концепции и инструментарий, необходимые в управленческой работе
	Умеет	Применять современные информационные технологии для формирования баз данных в своей предметной области
	Владеет	Навыками формирования собственных информационных баз данных для их использования в профессиональной деятельности

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел 1. Основы менеджмента	ПК-14	знает	УО-1 Собеседование ОУ-4 Дискуссия	Вопросы к зачету № 1,2,3,4,5,6, 7, 8, 11,12, 13, 14,15
			умеет	ОУ-3 Доклад ПР- 1 Тест	Вопросы к зачету № 9, 10,29
			владеет	ОУ-3 Доклад ПР-7 Конспект	Вопросы к зачету 8,9,11,13.17
2	Раздел 2.	УПК-1	знает	УО-1	Вопросы к

	Система управления организацией			Собеседование ОУ-4 Дискуссия	зачету № 21,22,24,37
			умеет	ОУ-3 Доклад ПР- 1 Тест	Вопросы к зачету № 4-17,21,29
			владеет	ОУ-4 Дискуссия ПР-7 Конспект	Вопросы к зачету 13,21,27,28,36
3	Раздел 1. Основы менеджмента	ПК-14	знает	УО-1 Собеседование ПР-1 Тест	Вопросы к зачету № 1-18,21,28,33
			умеет	ОУ-3 Доклад ПР- 1 Тест	Вопросы к зачету № 19,20,24,25,38,39
			владеет	ОУ-4 Дискуссия ПР-10 Конспект	Вопросы к зачету 16,17,21-23,26,40
4	Раздел 3. Менеджмент учреждения социально-культурной сферы	УПК-1	знает	УО-1 Собеседование	Вопросы к зачету 25, 30, 32, 37
			умеет	ОУ-3 Доклад ПР-1 Тест	
			владеет	ОУ-4 Дискуссия ПР-10 Конспект	

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели	баллы
(ПК-14) способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмов убеждения	знает (пороговый уровень)	Теоретические основы управления в социокультурной сфере	Знание исторической динамики историко-культурного процесса, историко-культурной типологии и историко-культурной специфики проявлений культурных форм, процессов практик	Способен различать разные виды исторической динамики, давать определение историко-культурным типам, Выявлять историко-культурную специфику разных культурных форм, процессов и практик.	45-64
	умеет (продвинутый)	Применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях	Умение применять категории и концепции к анализу историко-культурных форм, сравнивать и анализировать культурные факты в соответствии с избранной концепцией, выявлять признаки, формирующие различные типы культур .	Использует в научной работе категории и концепции историко-культурной динамики Умеет определять объект и предмет историко-культурных исследований. Умеет определить методы историко-культурных исследований.	65-84

				Умеет критически оценивать результаты, полученные в научных исследованиях.	
	владеет (высокий)	Управленческими технологиям и социокультурной сферы, технологиям и принятия решений в нестандартных ситуациях	Владение понятийным аппаратом и навыками применения методов культурологии в компаративных Исследованиях на основе историко-культурного материала. Владеет навыками определения проблемных полей исследования В историко-культурных исследованиях.	Выбирает теоретическую и методологическую основу для научного компаративного историко-культурного исследования Свободно оперирует историко-культурными понятиями и терминологией на практических занятиях. Выступает на студенческих научных конференциях по актуальным темам историко-культурной направленности	85-100
(УПК-1)	знает (пороговый уровень)	Основные концепции и инструментарий, необходимые в управленческой работе	Знает способы самостоятельного поиска научной литературы в электронных библиотеках, знает приемы работы с электронными и библиотечным	Способен изложить правила поиска новой информации по историко-культурной тематике на основе работы с библиотечными каталогами и электронными	45-64

			и каталогами по историко-культурной тематике. .	базами данных. Способен найти и обработать новую информацию.	
	умеет (продвинутый)	Применять современные информационные технологии для формирования баз данных в своей предметной области	Умение анализировать и оценивать значимость новой информации по историко-культурно тематике Умение интерпретировать новую информацию.	Представляет библиографический список по историко-культурной тематике. Подготавливает и представляет результаты поиска, анализа историко-культурной информации в виде сообщений и докладов на практических занятиях. Представляет результаты интерпретации историко-культурного материала в виде докладов	65-84
	владеет (высокий)	Навыками формирования собственных информационных баз данных для их использования в профессиональной деятельности	Владение навыками поиска историко-культурных источников и критического анализа информации, извлекаемой из этих источников.	Подготовка аналитических докладов и сообщений на круглых столах и научных студенческих конференциях на основе самостоятельного поиска и анализа оригинального историко-культурного материала.	85-100

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Социально-культурный менеджмент» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По дисциплине предусмотрен зачет в 6 семестре. Зачет проходит в устной форме по вопросам.

Вопросы к зачету по дисциплине «Социально-культурный менеджмент» 6 семестр

1. Предмет и содержание курса. Взаимосвязь курса с другими дисциплинами учебного плана. Задачи, методология и методика преподавания курса.
2. Система механизмов менеджмента. Административно-организационный механизм.
3. Экономический механизм. Работа с персоналом. Информационный механизм. Проблема обеспечения единства механизмов менеджмента.
4. Особенности менеджмента в сфере культуры. Сфера культуры как сфера услуг.
5. Проблема единства механизмов менеджмента в сфере культуры. Опыт и итоги административных нововведений в сфере культуры России.
6. Эволюция технологии менеджмента. Компетентность современного менеджера и гуманитарная культура.
7. Государственное регулирование в сфере культуры. Возможные роли государства в управлении сферой культуры. Международные акты и отечественное законодательство по культуре.
8. Виды власти в РФ. Уровни управления культурой: федеральный, региональный, местный. Компетенция федеральных и региональных органов государственного управления культурой.
9. Министерство культуры и средств массовой коммуникации РФ: функции, структура, подведомственные организации и образовательные учреждения.
10. Министерство культуры и национальной политики Республики Коми: цели, функции, структура. Компетенция органов государственной власти в сфере культуры.
11. Информационное обеспечение в сфере культуры - необходимое условие современного менеджмента.

12. Определение приоритетов поддержки и развития культуры. Культурные программы как метод управления.
13. Роль, значение и содержание культурных программ. Технология разработки и обеспечения реализации культурных программ.
14. Привлечение и аккумуляция финансовых средств из различных источников (фандрейзинг). Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга.
15. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга.
16. Виды и размеры возможных субсидий. Контакты с потенциальными донорами. Специальные мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону.
17. Анализ эффективности фандрейзинговой кампании. Разработка организационных документов (уставов, положений, должностных инструкций и т. д.).
18. Виды планов в сфере культуры. Организация плановой деятельности (этапы планирования).
19. Методы планирования. Аналитическое планирование. Элементы маркетинга. Нормативное планирование. Целевое обоснование планов.
20. Планирование материального и финансового обеспечения (балансовые методы планирования).
21. Планирование организационного обеспечения (матричный и сетевой план).
22. Социально-культурная деятельность как объект проектирования. Культура как область проектной деятельности. Принципы социально-культурного проектирования.
23. Современная социокультурная ситуация и проблемное поле проектирования. Содержание социально-культурных проблем и варианты их проектных решений.
24. Социокультурное проектирование в системе разработки и реализации региональной культурной политики. Методика формирования целевых проектов.
25. Нужда. Потребность. Желание. Спрос. Продукт. Товар. Рынок. Маркетинг и формы его бытования.
26. Возникновение маркетинга и его эволюция. Функции, методы и принципы маркетинга. Маркетинговый комплекс и маркетинговые стратегии. Виды социально-культурного маркетинга.
27. Природа и основные характеристики услуг в сфере социально-культурной деятельности.

28. Неосвязаемость услуги, неотделимость услуги от ее создателя. Непостоянство качества услуг.
29. Несохраняемость услуг. Цели, задачи и условия маркетинговой деятельности в сфере услуг.
30. Сочетание коммерческой и некоммерческой деятельности в социально-культурной сфере.
31. Продвижение товара на рынок. Функции продвижения, многообразие коммуникаций конкретной организации с различными субъектами маркетинговой среды. Лучшие коммуникационные каналы. Инструменты продвижения.
32. Информационно-рекламная деятельность в организациях культуры. Цели и функции рекламы. Классификация рекламных средств. Рекламное обращение и его подготовка.
33. Типы рекламных кампаний. Расходы на рекламу. Эффективность рекламы.
34. Паблсити и его возможности в сфере культуры. Паблик рилейшнз в структуре коммуникационной деятельности.
35. Материально-техническое обеспечение как условие эффективной деятельности учреждений социально-культурной сферы.
36. Закон РФ о культуре как правовая основа экономического регулирования, функционирования хозяйственной деятельности организаций культуры.
37. Охарактеризовать интерьер конкретного учреждения культуры как средство повышения эффективности его деятельности.
38. Требования к хозяйственному содержанию зданий и сооружений. Техническая эксплуатация, обеспечение безопасности (противопожарная безопасность, чрезвычайные ситуации).
39. Своевременный и качественный ремонт как условие поддержания учреждений в хорошем хозяйственном состоянии. Виды ремонта: текущий, капитальный, профилактический.
40. Нормативы оснащения помещений учреждений культуры с учетом их функционального назначения. Интерьер и дизайн залов; кружковых репетиционных комнат, обслуживающей группы помещений, обустройство прилегающей территории.

Критерии оценивания ответа на экзамене.

- Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими

видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

- Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
- Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценочные средства для текущей аттестации

Примерные вопросы для проведения собеседования

1. Информационное обеспечение в сфере культуры - необходимое условие современного менеджмента.
2. Определение приоритетов поддержки и развития культуры. Культурные программы как метод управления.
3. Роль, значение и содержание культурных программ. Технология разработки и обеспечения реализации культурных программ.
4. Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников (фандрейзинг). Организационное и техническое обеспечение фандрейзинга.
5. Планирование фандрейзинговой кампании. Информационное обеспечение фандрейзинга.
6. Виды и размеры возможных субсидий. Контакты с потенциальными донорами. Специальные мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону.
7. Анализ эффективности фандрейзинговой кампании. Разработка организационных документов (уставов, положений, должностных инструкций и т. д.).
8. Виды планов в сфере культуры. Организация плановой деятельности (этапы планирования).

9. Методы планирования. Аналитическое планирование. Элементы маркетинга. Нормативное планирование. Целевое обоснование планов.
10. Планирование материального и финансового обеспечения (балансовые методы планирования).
11. Планирование организационного обеспечения (матричный и сетевой план).
12. Социально-культурная деятельность как объект проектирования. Культура как область проектной деятельности. Принципы социально-культурного проектирования.
13. Современная социокультурная ситуация и проблемное поле проектирования. Содержание социально-культурных проблем и варианты их проектных решений.

Критерии оценивания ответов на вопросы для собеседования

При оценке ответа надо учитывать:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

Ответ оценивается как «отличный», если студент:

- 1) полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Ответ оценивается как «хороший» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого. «Удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении сущности вопроса.

Можно считать пороговый уровень недостигнутым, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Примерный список источников для конспектирования

1. Внутри картины. Статьи и диалоги о современном искусстве / Бакштейн И.; Ред. серии Ельшевская Г. - М.: НЛЮ, 2015. - 464 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=541317>
2. Массовый рынок живописи в современной России / Е. С. Березина, В. А. Куренной. (VRT)000688642 Материалы ..., 29-30 апреля 2013 г., Владивосток, 2013. – С. 400-403. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:717133&theme=FEFU>
3. Мода и искусство: Сборник / Ред. Деминова Е., Гечи А.; Пер. с англ. Деминовой Е. - М.: НЛЮ, 2015. - 272 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=550468>

Критерии оценки конспекта

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой

заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Примерные темы дискуссий по практическим занятиям с применением МАО:

1. Социально-культурная деятельность как объект проектирования. Культура как область проектной деятельности. Принципы социально-культурного проектирования.
2. Современная социокультурная ситуация и проблемное поле проектирования. Содержание социально-культурных проблем и варианты их проектных решений.
3. Социокультурное проектирование в системе разработки и реализации региональной культурной политики. Методика формирования целевых проектов.
4. Нужда. Потребность. Желание. Спрос. Продукт. Товар. Рынок. Маркетинг и формы его бытования.
5. Возникновение маркетинга и его эволюция. Функции, методы и принципы маркетинга. Маркетинговый комплекс и маркетинговые стратегии. Виды социально-культурного маркетинга.
6. Природа и основные характеристики услуг в сфере социально-культурной деятельности.
7. Неосвязаемость услуги, неотделимость услуги от ее создателя. Непостоянство качества услуг.
8. Несохранимость услуг. Цели, задачи и условия маркетинговой деятельности в сфере услуг.
9. Сочетание коммерческой и некоммерческой деятельности в социально-культурной сфере.

Критерии оценки участников круглого стола, дискуссии:

✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не

более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 баллов проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы

Примерные темы докладов по практическим занятиям с применением МАО

- Сущность и характерные черты современного менеджмента,
- Цикл менеджмента,
- Стратегические и тактические планы в системе менеджмента;
- Система методов управления;
- Процесс принятия и реализации управленческих решений;
- Принципы руководства (единоначалие и партнерство),
- Стили руководства;
- Особенности менеджмента в социально-культурной сфере,
- Система и структура управления культурой;
- Основные этапы управленческой деятельности в сфере культуры;
- Цели и задачи управления учреждениями культуры;

Критерии оценки презентации докладов

Оценка	50-60баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			

Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

Тест текущей аттестации по дисциплине «Социально-культурный менеджмент»

1. На продукты искусства цены устанавливаются исходя из:

1) издержек производства;

- 2) уровня цен конкурентов;
- 3) воспринимаемой потребителем ценности продукта.

2. К количественным методам маркетингового исследования относятся;

- 1) анкетирование;
- 2) наблюдение;
- 3) метод экспериментов

3. Маркетинг культуры это:

- 1) маркетинг спроса;
- 2) маркетинг предложения;
- 3) маркетинг продаж

4. Комплекс маркетинга организаций культуры включает в себя:

- 1) потребителя;
- 2) маркетинговые исследования;
- 3) цену;
- 4) место;
- 5) продукт;
- 6) производство.

5. Исследование рынка - это:

- 1) общие характеристики и тенденции изменения рынка;
- 2) состояние конкуренции на рынке;
- 3) соотношение спроса и предложения туристских услуг на данном рынке;
- 4) продвижение услуг с учетом рыночного спроса;
- 5) характеристика основных потребителей;
- 6) определение системы продвижения;
- 7) тенденции развития внешней среды, влияющие на деятельность турорганизации.

6. Сбор первичной информации - это:

- 1) анкетирование;
- 2) опрос;
- 3) работа с библиотечным компьютерным материалом, данными центрального отдела научно-технической информации.
- 8) выбор наиболее подходящих средств продвижения.

7. Маркетинг начинается:

- 1) с разработки и производства товара, услуги;
- 2) с изучения рынка и запросов потребителей;
- 3) с информационной и рекламной кампании.

8. Рынок, соответствующий положению, когда предложение превышает спрос:

- 1) рынок продавца;
- 2) рынок покупателя.

9. К какому методу комплексного исследования рынка относится изучение различного рода справочников и статистической литературы:

- 1) кабинетные исследования;
- 2) внекабинетные (полевые исследования).

10. Сегментация-это:

- 1) разделение потребителей на однородные группы в соответствии с потребностями;
- 2) определение места для своего товара в ряду аналогов.

11. Позиционирование-это:

- 1) разделение потребностей на однородные группы в соответствии с потребителями;
- 2) определение места для своего товара или услуги в ряду аналогов.

12. Система анализа маркетинговой информации включает в себя:

- 1) статистический банк данных;
- 2) систему внутренней отчетности;
- 3) банк моделей;
- 4) систему сбора текущей маркетинговой информации.

13. Ремаркетинг связан:

- 1) с негативным спросом;
- 2) снижающим спросом;
- 3) иррациональным спросом;
- 4) отсутствием спроса;
- 5) чрезмерным спросом.

14. Конверсионный маркетинг связан:

- 1) с негативным спросом;
- 2) потенциальным спросом;
- 3) отсутствием спроса;
- 4) полным спросом;
- 5) иррациональным спросом.

15. На какие рынки предпочтительно выводить фирмы, продукция которых уступает аналогичной продукции конкурентов по качеству, условиям обслуживания:

- 1) на рынки с эластичностью спроса;
- 2) на рынки с низкой эластичностью.

16. Как зависит объем продаж от уровня цен при высокой эластичности спроса:

- 1) цены понижаются незначительно - объем продаж увеличивается;
- 2) цены понижаются значительно - объем продаж существенно не растет;
- 3) цены понижаются - объем продаж не меняется.

17. Конкурентоспособность услуги - это:

- 1) самый высокий в мире уровень качества;
- 2) способность услуги конкурировать с аналогичными видами услуг на мировом рынке;
- 3) способность услуги конкурировать с аналогами на конкретном рынке в определенный период времени;
- 4) самая низкая себестоимость.

18. Составляющими конкурентоспособности услуги являются:

- 1) безопасность;
- 2) сертификационная система обеспечения качества;
- 3) эффективность рекламы;
- 4) базисные условия контроля.

19. Какие шкалы включает в себя социопсихологическая модель досуговой деятельности:

- 1).Выгода – удовольствие;
- 2).Общение – уединение;
- 3).Удовольствие – скука;
- 4).Удовлетворенность – неудовлетворенность;
- 5).Сокращение – рост.

20. Какие четыре основных рынка обслуживают организации культуры:

- 1).Досуговый рынок;
- 2)Государственный рынок;
- 3)Рынок услуг;
- 4).Спонсорский (донорский) рынок;
- 5).Потребительский рынок.

Критерии оценки теста

Критерием оценки является уровень освоения студентом материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается количеством правильно выполненных заданий теста, выраженное в %, согласно следующей шкале: Процент результативности (правильности ответов), %	Количество баллов	Оценка
90 – 100	5	отлично
80 – 89	4	хорошо
79 – 61	3	удовлетворительно
60 и менее	-	неудовлетворительно