

Министерство культуры Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»
(ХГИК)

Кафедра библиотечно-информационной деятельности, документоведения и

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной, научной и
международной деятельности

Е.В. Савелова

22.05.2024 г.

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Уровень магистратуры

(2024 год набора,
заочная форма обучения)

Направление подготовки

51.04.02 Народная художественная культура

Профиль подготовки

Культурное наследие стран и народов мира

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Вид занятий				
Лекции	8	8	8	8
Практические	10	10	10	10
Семинарские занятия	2	2	2	2
Итого ауд.	20	20	20	20
Контактная работа	20	20	20	20
Сам. работа	84	84	84	84
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

д-р пед. наук, проф. Качанова Елена Юрьевна

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент и маркетинг в сфере культуры

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 51.04.02 Народная художественная культура (приказ Минобрнауки России от 06.12.2017 г. № 1184)

составлена на основании учебного плана

«Народная художественная культура», утвержденного Учёным советом вуза, протокол № 11 от 24.04.2024 г.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

протокол № 9 от 15.05.2024 г.

Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Формирование у обучающихся профессиональной компетентности, определяющей их готовность к применению инструментов современного менеджмента и маркетинга, научно-исследовательскому и управленческому видам профессиональной деятельности, развитию маркетингового мышления и специальных навыков, обеспечивающих его реализацию в управлении современной организацией сферы культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Информационные технологии в профессиональной деятельности
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

Знать:

- нормы культуры мышления, основы логики, нормы критического подхода, основы методологии научного знания, формы анализа.

Уметь:

- адекватно воспринимать информацию, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, критически анализировать социально значимые проблемы и явления.

Владеть:

- навыками постановки цели, способностью в устной и письменной речи логически оформить результаты мышления, навыками решения социально значимых и научных проблем.

УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Знать:

- основы проектной деятельности
- основы командной работы при управлении проектом на всех этапах.

Уметь:

- осуществлять проектную деятельность.

Владеть:

- навыками управления командой при осуществлении проектной деятельности на всех этапах

УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Знать:

- теорию и методологию психологии управления.

Уметь:

- организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения.

Владеть:

- психологическими методами управления профессиональным коллективом.

ОПК-3: Способен руководить коллективом в сфере профессиональной и педагогической деятельности на основе норм социальной и этической ответственности.

Знать:

- современные проблемы управления персоналом и основы создания команды профессионалов, нормы социальной и этической ответственности.

Уметь:

- создавать благоприятные психолого-педагогические условия для успешного личностного и профессионального развития коллектива.

Владеть:

- методами руководства коллективом на основе норм социальной и этической ответственности.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:

=научные подходы к организации, основные концепции менеджмента и маркетинга и их содержание;

- принципы и объекты маркетинга; качественные и количественные цели маркетинга;

- задачи, функции маркетинга; комплекс маркетинга и основные составляющие; виды маркетинга в зависимости от степени охвата рынка;

- виды маркетинга в зависимости от состояния спроса на товары и услуги; -особенности развития маркетинга в сфере культуры.

3.2 Уметь:

- использовать различные маркетинговые подходы в управлении

3.3 Иметь навыки и (или) опыт деятельности:

- методами применения различных маркетинговых стратегий и специальных исследований в практике управления современной организацией сферы культуры.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теория и методология менеджмента в сфере культуры /Раздел/				
Тема 1. Эволюция менеджмента в СКС и инновационные направления его развития	2			
Эволюция менеджмента в СКС и инновационные направления его развития (лекция) /Лек/		1	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Эволюция менеджмента в СКС и инновационные направления его развития (самостоятельная работа) /Ср/		2	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 2. Внутренняя и внешняя среда организации в сфере культуры	2			
Внутренняя и внешняя среда организации в сфере культуры (лекция) /Лек/		1	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Внутренняя и внешняя среда организации в сфере культуры (самостоятельная работа) /Ср/		12	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 3. Структура управления учреждением культуры	2			
Структура управления учреждением культуры (самостоятельная работа) /Ср/		11	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 4. Функции, принципы и методы менеджмента в СКС	2			
Функции, принципы и методы менеджмента в СКС (лекция) /Лек/		1	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Функции, принципы и методы менеджмента в СКС (самостоятельная работа) /Ср/		10	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 5. Стили руководства в учреждении культуры и менеджмент персонала	2			
Стили руководства в учреждении культуры и менеджмент персонала (лекция) /Лек/		1		Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Стили руководства в учреждении культуры и менеджмент персонала (самостоятельная работа) /Ср/		2		Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 6. Управленческие решения в СКС и особенности управленческого труда	2			
Управленческие решения в СКС и особенности управленческого труда (Самостоятельная работа) /Ср/		6		Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 2. Теория и методология маркетинга в сфере культуры /Раздел/				
Тема 7. Становление и развитие маркетинга в сфере культуры в России и за рубежом. Комплекс маркетинга	2			
Становление и развитие маркетинга в сфере культуры в России и за рубежом. Комплекс маркетинга (лекция) /Лек/		1	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Становление и развитие маркетинга в сфере культуры в России и за рубежом. Комплекс маркетинга (самостоятельная работа) /Ср/		3	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Тема 8. Исследования как основа маркетинга	2			
Исследования как основа маркетинга (лекция) /Лек/		1	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Исследования как основа маркетинга (практическое занятие) /Пр/		3	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Исследования как основа маркетинга (самостоятельная работа) /Ср/		13	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 9. Стратегия в контексте маркетинга. Основные маркетинговые стратегии	2			
Стратегия в контексте маркетинга. Основные маркетинговые стратегии (практическое занятие) /Пр/		4	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Стратегия в контексте маркетинга. Основные маркетинговые стратегии (самостоятельная работа) /Ср/		2	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 10. Товар (услуга) как элемент комплекса маркетинга. Ассортимент услуг и продукции учреждения культуры	2			
Товар (услуга) как элемент комплекса маркетинга. Ассортимент услуг и продукции учреждения культуры (лекция) /Лек/		1	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Товар (услуга) как элемент комплекса маркетинга. Ассортимент услуг и продукции учреждения культуры (практическое занятие) /Пр/		2	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Товар (услуга) как элемент комплекса маркетинга. Ассортимент услуг и продукции учреждения культуры (самостоятельная работа) /Ср/		4	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 11. Обеспечение спроса на продукцию и услуги в контексте маркетинга	2			
Обеспечение спроса на продукцию и услуги в контексте маркетинга (семинарское занятие) /Сем зан/		2	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Обеспечение спроса на продукцию и услуги в контексте маркетинга (самостоятельная работа) /Ср/		12	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 12. Реклама и ПР как средства информирования населения о возможностях учреждений культуры	2			
Реклама и ПР как средства информирования населения о возможностях учреждений культуры (лекция) /Лек/		1	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Реклама и ПР как средства информирования населения о возможностях учреждений культуры (практическое занятие) /Пр/		1	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Реклама и ПР как средства информирования населения о возможностях учреждений культуры (самостоятельная работа) /Ср/		3	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Тема 13. Организация маркетинга в учреждении культуры	2			
Организация маркетинга в учреждении культуры (самостоятельная работа) /Ср/		4		Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Зачет /Раздел/				
Тема 14. Промежуточный контроль	2			
Промежуточный контроль /Зачёт/		4	УК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.3

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Этапы развития менеджмента.
2. Рыночная экономика и менеджмент: понятия, сущность и функции менеджмента, опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России.
3. Органы управления сферой культуры в России.
4. Определение понятия менеджмент в сфере культуры и характеристика его основных видов.
5. Специфика менеджмента в сфере культуры: цели и задачи управления. Структура отрасли культуры.
6. Отличительные черты деятельности учреждений культуры от других организаций и предприятий.
7. Особенности современного состояния деятельности учреждений культуры.
8. Инновационная деятельность учреждений культуры и культурная политика. Инновационные модели деятельности учреждений культуры.
9. Креативные, культурные и творческие индустрии как инновационные направления менеджмента в сфере культуры.
10. Внутренняя и внешняя среда учреждения в сфере культуры.
11. Конкурентный потенциал. Понятие конкурентоспособности. Показатель конкурентоспособности.
12. Матрица SWOT. Сильные и слабые стороны организации. Угрозы и возможности.
13. Выбор стратегии организации в сфере культуры и ключевые факторы успеха.
14. Социальное партнерство как стратегия развития взаимовыгодного сотрудничества с учреждениями отрасли и других сфер деятельности.
15. Понятие структуры управления. Звенья и уровни управления. Горизонтальное и вертикальное разделение труда: сущность и различия.
16. Понятие типов организационных структур и наиболее распространенные типы в управленческой практике учреждений культуры. Описание их преимуществ и недостатков.
17. Основные этапы процесса проектирования организационных структур.
18. Функции менеджмента как основной компонент управления учреждением культуры. Классификация функций менеджмента.
19. Планирование, виды планирования стратегическое и текущее планирование, особенности оперативного планирования, риск- менеджмент.\
20. Организационная функция.
21. Мотивация. Содержательные и процессуальные теории мотивации.
22. Контроль. Организация контроля за деятельностью подчиненных в организации.
23. Принципы менеджмента. Общие и частные принципы менеджмента.
24. Организация работы по управлению учреждением культуры.
25. Сущность методов управления: их направленность, содержание и организационная форма.
26. Понятие и характеристика стилей руководства.
27. Типы управления: характеристика и отличительные особенности.
28. Личность, власть и авторитет менеджера в сфере культуры.
29. Управленческие решения в СКС и их классификация.
30. Методы принятия решений в организациях сферы культуры.
31. Система управления персоналом: основные факторы. Содержание и задачи работы кадровых служб.
32. Культура управленческого труда.
33. Управление конфликтами.
34. Социально-экономическая эффективность менеджмента.
35. Сущность и эволюция концепций маркетинга, его сущность и назначение в сфере культуры.
36. Принципы и виды маркетинга.
37. Комплекс маркетинга
38. Исследование как основа маркетинга
39. Основные направления маркетинговых исследований. Особенности их реализации в учреждениях культуры
40. Информационная база исследования. Программа маркетингового исследования. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
41. Изучение потребителей продукции и услуг учреждений культуры.
42. Сегментирование потребительского рынка. Виды исследований потребительской среды, возможности их использования в практике деятельности учреждений культуры.
43. Исследование маркетинговой среды как направление маркетинговой деятельности.
44. Стратегия в контексте маркетинга. Основные маркетинговые стратегии
45. Основные требования к позиционированию. Ассортиментные стратегии.
46. Товар (услуга) как элемент комплекса маркетинга. Ассортимент услуг и продукции учреждения культуры.
- Основные виды продуктов и услуг
47. Маркетинговые коммуникации учреждения культуры. Основные маркетинговые средства воздействия на рынок.
48. Реклама и ПР (общественные коммуникации) как средства информирования населения о возможностях учреждений культуры
49. Организация маркетинга в учреждениях культуры.
50. Система маркетинговой информации учреждения культуры.

Зачет проводится на основе собеседования по контрольным вопросам и выполнения практических и семинарских занятий.

5.2. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств см. по ссылке

Фонд контрольно-измерительных материалов см. по ссылке

5.3. Показатели и критерии оценивания компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии: тестирование; индивидуальное собеседование, письменные ответы на вопросы (в виде текущего контроля).

Промежуточный контроль реализуется в ходе сдачи обучающимися зачета на 3 курсе.

Зачет проводится на основе результатов выполнения практического задания по разработке проекта.

Оценка «зачтено» - оценивается ответ, если студент имеет системные полные знания и умения по поставленному вопросу.

Содержание вопроса излагает связно, в краткой форме, раскрывает последовательно суть изученного материала, демонстрируя прочность и прикладную направленность полученных знаний и умений, не допускает терминологических ошибок и фактических.

Оценка «незачтено» - грубые ошибки; неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса; отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса; неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме; неумение использовать фундаментальные понятия из базовых общепрофессиональных дисциплин.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Посещение занятий, подготовка к ним и усвоение материала на лекциях, семинарах, практических занятиях, планомерная самостоятельная работа позволят обучаемым подойти к промежуточной аттестации подготовленным. Знания, накапливаемые постепенно позволяют формировать соответствующие профессиональные компетенции как итог образовательного процесса.

Для систематизации знаний по дисциплине первоначальное внимание следует обратить на рабочую программу курса, которая включает в себя основные проблемы дисциплины (тематику занятий), в рамках которых и формируются вопросы для контроля и аттестации. Поэтому студент, заранее ознакомившись с программой курса, может лучше сориентироваться в последовательности освоения курса с позиций организации самостоятельной работы.

При организации процесса освоения дисциплины следует учитывать:

1. Планирование времени, отведенного на освоение дисциплины.

При планировании времени на освоение дисциплины следует руководствоваться: структурой дисциплины, в которой указаны количество академических часов в разрезе каждой темы, вида занятий (лекционное, практическое, семинарское) и часы на самостоятельную работу; формой текущего контроля успеваемости (тесты, выполнение заданий); формой промежуточной аттестации (зачет).

2. Последовательность действий при освоении дисциплины.

Изучение каждой темы дисциплины целесообразно начинать со знакомства с содержанием дисциплины в разрезе тем; затем следует этап подбора источников из числа рекомендуемых и подобранных самостоятельно (учебники, монографии, научные статьи, материалы конференций, статьи об опыте деятельности учреждений культуры; информация с официальных сайтов и др.). Изучение источниковой базы может сопровождаться конспектированием. Целесообразно вести перечень проблемных вопросов как по существу темы, обусловленных пробелами в научном и правовом поле и проблемами практического характера, так и в случае затруднений с уяснением смысла изложенного в источниках материала (указанные вопросы могут быть разрешены самостоятельно, во время сессионных занятий или на консультации с преподавателем).

Подготовка студентов к семинарским занятиям по данной дисциплине заключается в самостоятельной работе с источниками, представленными в списках основной и дополнительной литературы и найденными студентами самостоятельно. Семинарские занятия проводятся в формах предусмотренных учебно-тематическим планом. На семинаре делаются доклады по темам занятий в виде выступлений, студент должен проявлять максимальную активность.

Для подготовки к практическим занятиям рекомендуется подробно изучить конспект лекций и материалы семинарских занятий, предшествующих практическому занятию. Также рекомендуется ознакомиться с технологией проведения практических занятий, которая включает следующие этапы: объяснение задания и навыков (компетенций), которые закрепляются в ходе его выполнения; знакомство с конкретными источниками информации для выполнения задания; обсуждение и уточнение вопросов в ходе анализа источников информации; совместный просмотр первичных результатов, оценка их соответствия по формальным и содержательным требованиям.

3. Использование учебно-методических материалов и работу с литературой. Следует применять следующую последовательность источников для изучения тем дисциплины: нормативные правовые акты по дисциплине; комментарии к законодательным актам; научную и учебную литературу, а также другие источники.

4. Подготовку к текущему контролю успеваемости.

Основной задачей текущего контроля успеваемости обучающихся является повышение качества знаний, приобретение и развитие ими навыков самостоятельной работы.

Текущий контроль знаний обучающихся по дисциплине может иметь следующие виды: устный опрос на лекциях, практических занятиях; проверка выполнения письменных самостоятельных работ и домашних заданий; тестирование. Для эффективной подготовки к текущему контролю по дисциплине необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, конспекты лекций, разработки студентов, выполненные в результате подготовки и выполнения семинарских и практических занятий.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, кол-во
Л1.1	Маслова Е. Л.	Менеджмент: учебник https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573337	Москва: Дашков и К°, 2020. - 333 с.
Л1.2	Шекова Е. Л., Тульчинский Г. Л., Евланов В. Н., Новаторов Э. В.	Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=3820	Санкт-Петербург: Планета музыки, 2012. - 160 с.
Л1.3	Тульчинский Г. Л., Герасимов С. В., Лохина Т. Е.	Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учебное пособие https://e.lanbook.com/book/113989	Санкт-Петербург: Планета музыки, 2019. - 384 с.
Л1.4	Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л.	Маркетинг в сфере культуры: учебное пособие https://e.lanbook.com/book/117648	Санкт-Петербург: Планета музыки, 2019. - 496 с.
Л1.5	Тульчинский Г. Л., Герасимов С. В., Лохина Т. Е.	Менеджмент специальных событий в сфере культуры https://e.lanbook.com/book/167252	Санкт-Петербург: Планета музыки, 2021. - 384 с.
Л1.6	Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л.	Маркетинг в сфере культуры https://e.lanbook.com/book/167253	Санкт-Петербург: Планета музыки, 2021. - 496 с.
Л1.7	Новаторов В. Е.	Социально-культурный маркетинг: история, теория, технология: учеб. пособие	СПб.: Лань: Планета Музыки, 2015. - 384

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, кол-во
Л2.1	Савкина С. В.	Связи с общественностью и реклама: учебно-методический комплекс https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274255	Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2012. - 40 с.
Л2.2	Панина Л. С.	Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие: учебное пособие http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63839	Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. - 158 с.
Л2.3	Николаева М. А.	Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг https://e.lanbook.com/book/159004	Екатеринбург: УрГПУ, 2017. - 166 с.
Л2.4	Качанова Е.Ю.	Исследовательская деятельность библиотек: назначение, теоретическая основы, технология: учеб. -практ. пособие	Хабаровск: ХГИК, 2016. - 80

7.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Microsoft Windows
6.3.1.2	Microsoft Office 2010
6.3.1.3	Adobe Creative Suite 6 Master Collection
6.3.1.4	Libre Office
6.3.1.5	AIMP
6.3.1.6	Windows Media Classic
6.3.1.7	Chrome
6.3.1.8	Kaspeky Endpoint Security
6.3.1.9	OpenOffice
6.3.1.10	Acrobat Reader
6.3.1.11	NVDA
6.3.1.12	Steinberg Cubase Pro 8
6.3.1.13	Finale 2014E Academic
6.3.1.14	SunLight Suite

6.3.1.1 5	Open Broadcaster Studio
6.3.1.1 6	MuseScore

7.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	БД Электронная Система «Культура»
6.3.2.2	Гарант
6.3.2.3	Полнотекстовая база данных Web of Science и Scopus
6.3.2.4	ЭБС ЛАНЬ
6.3.2.5	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6.3.2.6	ЭБС «Издательство Планета музыки»
6.3.2.7	Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог)
6.3.2.8	Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК»
6.3.2.9	Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ
6.3.2.1 0	Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика»
6.3.2.1 1	eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека
6.3.2.1 2	Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека
6.3.2.1 3	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оборудование	Программное обеспечение
03	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель на 1 рабочее место (шкафы 2 шт., стеллажи 3 шт., стулья, стол). Персональный компьютер (1 шт.)	Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspesky Endpoint Security
122	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель на 1 рабочее место (шкаф, стеллаж, стулья, столы). Персональный компьютер в количестве 1 шт. с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационнообразовательную среду вуза.	Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspesky Endpoint Security
209	Помещение для самостоятельной работы (читальный зал библиотеки)	Специализированная мебель на 25 посадочных мест (столы, стулья, книжные шкафы), телевизор, книжный и документальный фонд. Персональные компьютеры (9 шт.) с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза.	Microsoft Windows AIMP Kaspesky Endpoint Security OpenOffice Acrobat Reader NVDA

Аудитория	Назначение	Оборудование	Программное обеспечение
213a	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Специализированная мебель на 30 посадочных мест (столы письменные, стулья, рабочее место преподавателя, доска настенная, аудиторная). Демонстрационное оборудование (мультимедийный презентационный комплекс в составе проектора, экрана, активной акустической системы, персонального компьютера) и учебно-наглядные пособия (в т.ч. в электронном виде).	Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspesky Endpoint Security

9. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Воспитание обучающихся при освоении ими основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) осуществляется на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, включаемых в ОПОП.

Цель воспитательной работы – создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачи воспитательной работы: развитие мировоззрения и актуализация системы базовых ценностей личности, приобщение к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям; воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности; воспитание положительного отношения к труду, формирование культуры и этики профессионального общения; формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности; воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде; повышение уровня культуры безопасного поведения.

Особенности и традиции Института обуславливают следующие основные направления воспитательной работы: патриотическое, гражданское, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, волонтерское (добровольческое), экологическое, физическое. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе образовательной организации: проектная деятельность (как коллективное творческое дело), волонтерская деятельность, учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность, досуговая, творческая и социально-культурная деятельность и др.

Воспитательный потенциал учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности реализуется в процессе развития исследовательской компетентности обучающихся на протяжении всего срока их обучения в Институте. Результаты студенческой научно-исследовательской деятельности проходят апробацию в рамках научных и научно-практических конференций различного уровня, в т.ч. конференций, организованных Институте.

Социально-культурная и творческая деятельность обучающихся реализуется при организации и проведении значимых событий и мероприятий гражданско-патриотической, научно-исследовательской, социокультурной и физкультурно-спортивной направленности. Виды творческой деятельности обучающихся в Институте: музыкальное творчество, хореографическое творчество, театральное творчество, научное творчество, медиапроекты и др.

Волонтерская деятельность обучающихся – широкий круг направлений созидательной деятельности, включающий различные формы гражданского участия. По инициативе обучающихся и при их активном участии в Институте осуществляет свою деятельность добровольческий отряд «Мы».

Реализацию Рабочей программы воспитания помогает обеспечивать взаимодействие с различными социальными институтами, субъектами воспитания. Особое значение для воспитательного процесса имеет организация практической деятельности обучающихся с целью развития профессиональных компетенций в условиях Института и профильных учреждений и организаций.

10. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут

быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws , «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания курсовой или выпускной квалификационной работы.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта e.lanbook.ru, необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda. Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.