

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Кемеровский государственный институт культуры»

ПРИНЯТО

Решением Ученого совета Кемеровского
государственного института культуры
Протокол № 6 от 29.01.2020

УТВЕРЖДАЮ
ректор Кемеровского государственного
института культуры А.В. Шунков



«29» января 2020 года

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации

«Менеджмент и маркетинг в сфере культуры»

Форма обучения:

очная с применением дистанционных образовательных программ

Кемерово 2020

Разработчики программы:

Юдина Анна Ивановна, декан факультета социально-культурных технологий КемГИК, доктор педагогических наук, профессор.

Мухамедиева Светлана Анатольевна, зав. кафедрой управления и экономики социально-культурной сферы КемГИК, кандидат экономических наук, доцент.

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации направлена на развитие управленческих компетенций руководителей учреждений культуры, связанных решением сложных задач в области менеджмента и маркетинга по формированию портфеля проектов и программ; разработке проектных технологий в деятельности учреждения культуры, управлению качеством.

Данная программа содержит учебный план, рабочую программу модулей, требования к оценке качества освоения программы.

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
ЦЕЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.....	5
УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	6
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	7
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЕЙ.....	7
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....	9
ФОРМА АТТЕСТАЦИИ.....	9
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	9
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	10

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Современной социально-культурной ситуации в России свойственны процессы активного развития и преобразования аспектов жизнедеятельности людей, связанных с их культурным и духовным развитием. Происходящие изменения в структуре свободного времени связаны с уходом навязываемых стереотипов, и переориентации на гуманистическое общечеловеческое содержание видов и форм социально-культурной деятельности. Особую значимость приобретают индивидуально-личностные особенности и национальная идентичность личности. Современные учреждения культуры должны осуществлять систематический поиск вариативных форм и содержания деятельности, адекватных возрастающим потребностям населения.

Реализация вышеперечисленных направлений невозможна без знания основ управления учреждением культуры. Современные маркетинговые стратегии продвижения и реализации культурных продуктов и услуг исходят из анализа различных факторов, важнейшим из которых является образ жизни потребителей, включая их национально-этнические, возрастные, профессиональные, социально-психологические и прочие социально-культурные факторы.

Осуществляя управление в сфере культуры, необходимо учитывать реализацию социальных, экономических, технологических целей. В этой связи изучение основ менеджмента и маркетинга в сфере культуры приобретают особую актуальность.

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» предназначена для руководителей, заместителей руководителей учреждений сферы культуры; муниципальных и государственных служащих, осуществляющих управленческие полномочия в сфере культуры.

Образовательная программа направлена на приобретение новой компетенции, необходимой в профессиональной деятельности руководителя и специалиста сферы культуры.

2. ЦЕЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цель освоения образовательной программы - развитие управленческих компетенций руководителей и специалистов учреждений культуры, связанных решением профессиональных задач в области менеджмента и маркетинга в учреждениях сферы культуры в соответствии с приоритетными задачами государственной культурной политики Российской Федерации.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения программы слушатель должен быть готов действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые управленческие решения; осуществлять на научной основе технологический процесс деятельности учреждений культуры, рекреационных объектов и индустрии досуга; разрабатывать инновационную стратегию эффективного менеджмента учреждений сферы культуры; формировать систему инновационного маркетинга культурных услуг учреждений социально-культурной сферы, продвижения социокультурных продуктов (проектов, программ).

В результате освоения программы слушатель должен:

знать:

- теоретико-методологические основы менеджмента и маркетинга организаций сферы культуры;
- проектные технологии в инновационном менеджменте и маркетинге социально-культурных услуг;
- методы независимой оценки качества деятельности учреждений культуры.

уметь:

- разрабатывать портфель социально-культурных проектов и программ;
- применять на практике технологии инновационного менеджмента и маркетинга;
- разрабатывать и внедрять инновационные методы продвижения социально-культурных услуг;
- анализировать качество социально-культурных услуг.

владеть:

- практическими навыками использования методов оценки качества деятельности учреждений культуры;
- совокупностью способов, методов, средств мониторинга качества услуг организаций сферы культуры;
- понятийным аппаратом в сфере управленческой деятельности;
- совокупностью способов и методов применения коммерческого и некоммерческого маркетинга социально-культурных услуг.

По итогам обучения по дополнительной профессиональной образовательной программе повышения квалификации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» слушатель получит сборник учебно-методических материалов, описывающий индикаторы

оценки качества услуг организаций, осуществляющих социально-культурную деятельность.

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Дополнительной профессиональной образовательной программы повышения квалификации

Категория слушателей: руководители, заместители руководителей учреждений сферы культуры; муниципальные и государственные служащие, осуществляющие управленческие полномочия в сфере культуры.

Объем программы: 36 часов.

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	В том числе:			
			Лекции	Мастер-класс	Практические занятия	Итоговая аттестация
Модуль 1. Теоретические основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры		18	6		12	
1.1	Основы менеджмента в сфере культуры	6	2		4	
1.2	Маркетинговые технологии в сфере культуры	8	2		6	
1.3	Управление персоналом в учреждении культуры	4	2		2	
Модуль 2. Инновационный менеджмент и маркетинг социально-культурных услуг		18	6		12	
2.1	Индикаторы оценки качества услуг организаций, осуществляющих социально-культурную деятельность.	6	2		4	
2.2	Технологии планирования деятельности учреждений сферы культуры	6	2		4	
2.3	Эффективность менеджмента в сфере культуры	6	2		4	
	Итоговая аттестация: зачет					зач
	Итого:	36	12		24	

5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Количество часов				
Рабочий день занятий 1	Рабочий день занятий 2	Рабочий день занятий 3	Рабочий день занятий 4	Рабочий день занятий 5
6	8	8	8	6, зачет

6. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЕЙ

Содержание модуля 1. Теоретические основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры

Тема 1.1. Основы менеджмента в сфере культуры.

Основы и современные тенденции в менеджменте социально-культурной сферы. Требования к организации. Научные подходы к понятию «менеджмент». Принципы менеджмента. Организационная культура: понятие, цель, параметры. Формирование организационной культуры. Роль лидера и команды в обеспечении эффективности социально-культурного менеджмента.

Практическая работа 1.1 Основы менеджмента в сфере культуры

Тема 1.2. Маркетинговые технологии в сфере культуры.

Материальные и духовные продукты сферы культуры. Маркетинг в учреждениях культуры: цели, задачи и принципы. Маркетинговая среда учреждения культуры. Особенности комплекса маркетинга в сфере культуры. Технологии разработки маркетинговой политики. Маркетинговая стратегия организаций сферы культуры. Ценовая политика и маркетинговые исследования учреждений культуры.

Практическая работа 1.2. Маркетинговые технологии в сфере культуры.

Тема 1.3. Управление персоналом в учреждении культуры.

Управление персоналом как инструмент управления ресурсами организации. Технологии преодоления конфликтов в коллективе: этапы и методы. Мотивация сотрудников к эффективной деятельности. Факторы и методы мотивации персонала. Корпоративная культура организаций сферы культуры. Стиль руководства и имидж руководителя учреждения культуры.

Практическая работа 1.3. Управление персоналом в учреждении культуры.

Содержание модуля 2. Инновационный менеджмент и маркетинг социально-культурных услуг

Тема 2.1. Индикаторы оценки качества услуг организаций, осуществляющих социально-культурную деятельность.

Проблема управления качеством в процессе организации социально-культурной деятельности. Модели управления качеством. Принципы управления качеством. Составные элементы управления качеством. Системный подход к управлению качеством. Модельный стандарт услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий. Понятие «культурно-массовое мероприятие». Формы проведения культурно-массовых мероприятий. Модельный стандарт услуги по организации деятельности клубных формирований. Понятие «клубное формирование». Формы и направления организации деятельности клубных формирований и любительских объединений. Нормативно-правовая база Модельного стандарта услуг по проведению культурно-массовых мероприятий и организации деятельности клубных формирований.

Практическая работа 2.1. Требования к предоставлению социально-культурных услуг.

Тема 2.2. Технологии планирования деятельности учреждений сферы культуры.

Характеристика деятельности организаций сферы культуры. Миссия учреждения культуры в зависимости от вида деятельности. Процесс планирования деятельности учреждений культуры и ее стратегические цели. Этапы и элементы современной методологии планирования. Составляющие элементы разделов плана деятельности учреждения культуры. Методы планирования деятельности учреждения культуры: балансовый, нормативный, метод экстраполяции, метод технико-экономических расчетов, программно-целевой метод, метод экспертной оценки, экономико-математическое моделирование, индикативный метод.

Практическая работа 2.2. Технологии планирования деятельности учреждений сферы культуры.

Тема 2.3. Эффективность менеджмента в сфере культуры.

Содержание понятия «эффект» и «эффективность». Виды эффективности менеджмента в сфере культуры: отношение затрат к полученным результатам; отношение результата к преследовавшимся целям; отношение целей реальным потребностям. Уровни анализа эффективности менеджмента в сфере культуры. Виды эффективности: социальная эффективность, организационная эффективность, технологическая

эффективность и экономическая эффективность. Мероприятия по повышению эффективности менеджмента. Требования к процессу повышения эффективности менеджмента.

Практическая работа 2.3. Процесс повышения эффективности менеджмента в сфере культуры.

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих реализацию образовательного процесса: занятия проводят профессора, доценты, старшие преподаватели, имеющие высшее образование, соответствующее профилю реализуемой программы; специалисты, владеющие практическими навыками и опытом по профилю программы.

Требования к ресурсному обеспечению программы.

Здания и сооружения института соответствуют противопожарным нормам и правилам.

Материально-техническая база отвечает требованиям к программно-техническим средствам для проведения занятий с использованием дистанционных образовательных технологий.

Реализация образовательной программы предусматривает использование активных и интерактивных форм проведения занятий. Для лекционной части курса выбрана форма лекций-визуализаций; на практических работах подразумевается обсуждение проблемных вопросов в форме дискуссий, группового обсуждения результатов выполненных работ.

8. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ

8.1 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

В ходе освоения образовательной программы обучающийся изучает теоретический материал и выполняет комплекс практических заданий в установленной последовательности.

8.2 ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

К итоговой аттестации допускаются обучающиеся в полной мере освоившие учебный план образовательной программы. Итоговая аттестация проводится в форме зачета в виде комплекта выполненных заданий.

9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В ходе изучения дисциплины слушатели выполняют ряд практических работ по изучению менеджмента и маркетинга в сфере культуры

10. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

10.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Инновационный менеджмент [Текст]: учебное пособие / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев; под ред. А.В. Барышевой. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 383 с.: ил. - Библиогр. в кн. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>
2. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности [Текст]: учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень выпускника) «Магистр» / А.И. Юдина. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. – 127 с.

10.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

3. Гиляревский, Р. С. Информационный менеджмент: управление информацией, знаниями, технологией [Текст]: учебное пособие / Р. С. Гиляревский. - Санкт-Петербург: Профессия, 2009. - 304 с.
4. Жаркова, Л. С. Организация деятельности учреждений культуры [Текст]: учебник для студентов вузов культуры и искусств / Л. С. Жаркова. - Москва: Изд-во МГУКИ, 2010. - 396 с.
5. Ковальчук, А. С. Основы имиджологии и делового общения [Текст]: учебн. пособие. /А. С. Ковальчук. – Ростов Н/Д: Феникс, 2009. - 288 с.
6. Ковальчук, А. С. Основы делового общения [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / А. С. Ковальчук.- М.: Дашков и К, 2008. - 299 с.
7. Мазур, И. И. Управление проектами [Текст]: учеб. пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге ; Под общ. ред. И. И. Мазур. - 4-е изд., стереотип. - Москва: Омега-Л, 2007. - 664 с.
8. Менеджмент [Текст] : учебник/ Под ред. М.Л. Разу. - Москва: КНОРУС, 2008. - 472 с.
9. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусств [Текст]: учебное пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 191 с.
10. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст]: учебное пособие/

Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - 4-е изд., испр. и доп. - Санкт-Петербург: Лань; Санкт-Петербург: Планета музыки, 2009. - 544 с.

11. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры [Текст]: учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. - Санкт-Петербург: Планета музыки; Санкт-Петербург: Лань, 2010. - 384 с.

12. Шекова, Е. Л. Менеджмент благотворительной деятельности: опыт российской сферы культуры [Текст]: / Е. Л. Шекова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. - №3. – С. 44-50.

13. Юкаева, В. С. Менеджмент: Краткий курс [Электронный ресурс]: учебное пособие /В.С. Юкаева.-4-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2010. - 104 с. - Университетская библиотека online. - Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/83403_Menedzhment_Kratkii_kurs_Uchebnoe_posobie.html. - Загл. с экрана.

10.3. ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

14. Агентство социальной информации (информационная поддержка гражданских инициатив) [Электронный ресурс]: сайт. – Электрон. дан. – Москва: Агентство социальной информации, 2010-2014. – Режим доступа: <http://www.asi.org.ru/>. – Загл. с экрана.

15. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]: база данных – Электрон. дан. – Москва: ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 2005-2013. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>. – Загл. с экрана.

16. Информационный центр «Ресурсы образования» [Электронный ресурс]: сайт. – Электрон. дан. – Москва: МЦФЭР, 2011. – Режим доступа: www.resobr.ru/. – Загл. с экрана.

17. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электрон. информ. портал – Электрон. дан. – Москва, 2000-2014. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>. – Загл. с экрана.

18. Российский общеобразовательный портал Министерства образования и науки РФ. [Электронный ресурс]: электрон. информ. портал. – Режим доступа: <http://school.edu.ru/>. – Загл. с экрана.

19. Сетевые образовательные сообщества «Открытый класс» [Электронный ресурс]: электрон. информ. портал. – Электрон. дан. – Москва, НПФК, 2014. – Режим доступа: <http://www.openclass.ru/>. – Загл. с экрана.

20. Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс]: электрон. информ. портал. – Электрон. дан. – Москва: ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика»,

2002-2012. – Режим доступа: <http://www.edu.ru/>. – Загл. с экрана.

21. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [Электронный ресурс]: электрон. информ. портал. – Электрон. дан. – Москва: ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 2003-2014. – Режим доступа: <http://fcior.edu.ru/>. – Загл. с экрана.

22. МААМ. RU: международный образовательный портал. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2010-2015. – Режим доступа: http://www.inmoment.ru/beauty/health/art_therapy. – Загл. с экрана.

23. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы – Google, Rambler, Yandex