

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: КУЗНЕЦОВ АЛЕКСАНДР ИГОРЕВИЧ
Должность: РЕКТОР
Дата подписания: 11.02.2026 16:51:31
Уникальный программный ключ:
0ec0d544ced914f6d2e031d381fc0ed0880d90a0



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
Б1.О	Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры

Код направления подготовки	51.03.02
Направление подготовки	Народная художественная культура
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Руководство хореографическим любительским коллективом
Уровень образования	бакалавр
Форма обучения	заочная

Разработчики:

Должность	Учёная степень, звание	Подпись	ФИО
Доцент	кандидат педагогических наук		Юнусова Елена Борисовна

Рабочая программа рассмотрена и одобрена (обновлена) на заседании кафедры (структурного подразделения)

Кафедра	Заведующий кафедрой	Номер протокола	Дата протокола	Подпись
Кафедра хореографии	Чурашов Андрей Геннадьевич	3	13.11.2025г	

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Трудоемкость дисциплины (модуля) и видов занятий по дисциплине (модулю)	7
3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	8
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	15
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	20
7. Перечень образовательных технологий	22
8. Описание материально-технической базы	23

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» относится к модулю обязательной части Блока 1 «Дисциплины/модули» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура » (уровень образования бакалавр). Дисциплина является обязательной к изучению.

1.2 Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 час.

1.3 Изучение дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися следующих дисциплин: «Информационные технологии», «Методика работы с творческим коллективом», «Методика руководства хореографическим коллективом», «Экономика культуры».

1.4 Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры» формирует знания, умения и компетенции, необходимые для освоения следующих дисциплин: «выполнение и защита выпускной квалификационной работы», «Международное культурное сотрудничество», «Организация и проведение массовых зрелищных хореографических праздников», «Этнокультурное проектирование», для проведения следующих практик: «производственная практика (проектно-технологическая)».

1.5 Цель изучения дисциплины:

обучение студентов теоретическим основам управления в сфере культуры, а также умелому использованию научно обоснованного менеджмента и маркетинга, адаптированного к социально-культурной деятельности.

1.6 Задачи дисциплины:

- 1) освоение студентами: понятийного аппарата, категорий и принципов социокультурного менеджмента;
- 2) освоение форм и методов управления культурными процессами;
- 3) освоение механизмов менеджмента в сфере культуры;
- 4) освоение технологий управленческой социально-культурной деятельности.

1.7 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

№ п/п	Код и наименование компетенции по ФГОС
Код и наименование индикатора достижения компетенции	
1	ПК-10 способность осуществлять стратегическое и тактическое управление малыми коллективами, находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях, нести за них ответственность
	ПК.10.1. Знает теоретические основы стратегического и тактического управления малыми коллективами; - виды и формы управленческой деятельности в нестандартных ситуациях
	ПК.10.2. Умеет принимать стратегически взвешенные решения, связанные с особенностями управления малыми коллективами, и нести за них ответственность; - управлять деятельностью коллектива в нестандартных ситуациях
	ПК.10.3. Владеет навыками оперативного реагирования на нестандартные ситуации и умением предотвратить их возникновение; - способностью прогнозировать возникновение нестандартной ситуации и меру ответственности за принятые решения в управлении малыми коллективами
2	ПК-9 способность планировать и осуществлять административно-организационную деятельность учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества
	ПК.9.1. Знает основные тенденции в развитии народной художественной культуры и народного художественного творчества в современном обществе; - теоретические аспекты планирования административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества
	ПК.9.2. Умеет применять полученные знания для поэтапного и конструктивного планирования и в осуществлении административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества
	ПК.9.3. Владеет навыками планирования, проектирования и осуществления административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества
3	УК-3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
	УК.3.1 Знает особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде. -особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляют взаимодействие, учитывать их в своей деятельности. - основные теории мотивации, лидерства; стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях.

	УК.3.2 Умеет организовать собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата.
	УК.3.3 Владеет- навыками организации работы в команде для достижения общих целей; -навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики.
4	УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	УК.2.1 Знает основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового, права; принципы и методы правового регулирования общественных отношений; - основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере культуры
	УК.2.2 Умеет самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем. – анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития этнокультурной сферы.
	УК.2.3 Владеет основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права.

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Образовательные результаты по дисциплине
1	ПК.10.1. Знает теоретические основы стратегического и тактического управления малыми коллективами; - виды и формы управленческой деятельности в нестандартных ситуациях	3.1 знает теоретические основы стратегического и тактического управления малыми коллективами в области НХК
2	ПК.10.2. Умеет принимать стратегически взвешенные решения, связанные с особенностями управления малыми коллективами, и нести за них ответственность; - управлять деятельностью коллектива в нестандартных ситуациях	У.1 умеет принимать стратегически взвешенные решения, связанные с особенностями управления малыми коллективами в области НХК
3	ПК.10.3. Владеет навыками оперативного реагирования на нестандартные ситуации и умением предотвратить их возникновение; - способностью прогнозировать возникновение нестандартной ситуации и меру ответственности за принятые решения в управлении малыми коллективами	В.1 владеет навыками оперативного реагирования на нестандартные ситуации и умением предотвратить их возникновение; - способностью прогнозировать возникновение нестандартной ситуации и меру ответственности за принятые решения в управлении малыми коллективами в области НХК
1	ПК.9.1. Знает основные тенденции в развитии народной художественной культуры и народного художественного творчества в современном обществе; - теоретические аспекты планирования административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества	3.2 знает основные тенденции в развитии народной художественной культуры и народного художественного творчества в современном обществе; - теоретические аспекты планирования административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества

	2 ПК.9.2. Умеет применять полученные знания для поэтапного и конструктивного планирования и в осуществлении административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества	У.2 умеет применять полученные знания для поэтапного и конструктивного планирования и в осуществлении административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества
3	ПК.9.3. Владеет навыками планирования, проектирования и осуществления административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества	В.2 владеет навыками планирования, проектирования и осуществления административно-организационной деятельности учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества
1	УК.3.1 Знает особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде. -особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляется взаимодействие, учитывать их в своей деятельности. - основные теории мотивации, лидерства; стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях.	З.4 знает особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляется взаимодействие, учитывать их в своей деятельности в области НХК.
2	УК.3.2 Умеет организовать собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата.	У.4 умеет организовать собственное социальное взаимодействие в команде; определять свою роль в команде; принимать рациональные решения и обосновывать их; -планировать последовательность шагов для достижения заданного результата в области НХК..
3	УК.3.3 Владеет- навыками организации работы в команде для достижения общих целей; -навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики.	В.4 владеет навыками организации работы в команде для достижения общих целей в области НХК;
1	УК.2.1 Знает основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового, права; принципы и методы правового регулирования общественных отношений; - основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере народной художественной культуры	З.3 знает основные понятия общей теории государства и права; основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере народной художественной культуры

2	УК.2.2 Умеет самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем. – анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития этнокультурной сферы.	У.3 умеет самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных систем; анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития этнокультурной сферы.
3	УК.2.3 Владеет основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права в области НХК.	В.3 владеет основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права в области НХК.

2. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДОВ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Итого часов
	Л	ПЗ	CPC	
Итого по дисциплине	10	6	115	131
Первый период контроля				
<i>Основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства</i>	4	2	26	32
Основы правовой и управлеченческой культуры	2		8	10
Производство и потребление творческого продукта в области народной художественной культуры		2	8	10
Теория и практика современного маркетинга	2		10	12
Итого по видам учебной работы	4	2	26	32
<i>Форма промежуточной аттестации</i>				
Зачет				4
Итого за Первый период контроля				36
Второй период контроля				
<i>Менеджмент и маркетинг в творческом коллективе</i>	6	4	89	99
Основные знания по финансовой деятельности, необходимой руководителю коллектива.	2		30	32
Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте	2	2	30	34
Основы и значение делового общения для успешной деятельности творческого коллектива	2	2	29	33
Итого по видам учебной работы	6	4	89	99
<i>Форма промежуточной аттестации</i>				
Экзамен				9
Итого за Второй период контроля				108

**3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ
(РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА
АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ**

3.1 Лекции

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства	4
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-10: 3.1 (ПК.10.1.), У.1 (ПК.10.2.) ПК-9: 3.2 (ПК.9.1.), У.2 (ПК.9.2.) УК-2: 3.3 (УК.2.1), У.3 (УК.2.2) УК-3: 3.4 (УК.3.1), У.4 (УК.3.2)	
1.1. Основы правовой и управлеченческой культуры Наука управления, ее методы познания. Эволюция теорий управления, современные теории управления. Управление и менеджмент. Этапы развития теории и практики менеджмента. Природа и сущность управления. Методы управления. Виды управления. Государственное воздействие на социально – экономические процессы в современной России. Принципы человеческих отношений в управлении коллективом. Экономическое мышление и экономическая психология руководителя коллектива, организации, предприятия. Необходимость обучения управлению для руководителя творческого коллектива. Функции управления: сущность и объективные предпосылки их развития. Классификация функций управления. Планирование и прогнозирование в системе управления. Виды и системы планирования (нормативное и индикативное; программно-целевое и стратегическое; долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование). Подходы к прогнозированию и виды прогнозов. Организация и координация как функции управления. Содержание и принципы организации управления. Мотивация и стимулирование как функции управления. Природа, содержание и структура мотивации. Модели мотивационного управления. Коммуникация как функция управления. Понятие коммуникации, ее основные характеристики. Сущность и виды контроля. Учебно-методическая литература: 1, 2, 4, 6, 7, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6	2
1.2. Теория и практика современного маркетинга Основы маркетинга. Теория и практика современного маркетинга. Сущность маркетинга и маркетинговая среда. Особенности маркетинга в области хореографической деятельности. Формирование маркетинговой стратегии и тактики руководителем коллектива. Комплексное исследование спроса в «социуме деятельности» хореографического коллектива. Правовое обеспечение маркетинга в хореографической деятельности. Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте. Сущность и функции маркетинга. Основные субъекты и виды маркетинга. Особенности некоммерческого маркетинга. Основные технологии маркетинга. Перспективы маркетинга в XXI веке. Мониторинг и технологии мониторинга в менеджменте. Сущность и функции мониторинга. Основные субъекты и виды мониторинга. Особенности мониторинга в государственном и муниципальном управлении. Основные технологии мониторинга. Учебно-методическая литература: 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6	2
2. Менеджмент и маркетинг в творческом коллективе	6
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-10: 3.1 (ПК.10.1.), У.1 (ПК.10.2.), В.1 (ПК.10.3.) ПК-9: 3.2 (ПК.9.1.), У.2 (ПК.9.2.), В.2 (ПК.9.3.) УК-2: 3.3 (УК.2.1), У.3 (УК.2.2), В.3 (УК.2.3) УК-3: 3.4 (УК.3.1), У.4 (УК.3.2), В.4 (УК.3.3)	

<p>2.1. Основные знания по финансовой деятельности, необходимой руководителю коллектива.</p> <p>Основные понятия: смета расходов, калькуляция услуг, заработка плата, основные фонды, себестоимость услуг. Основные принципы бухгалтерского учета при составлении программы и проектов творческой деятельности в области хореографического искусства. Составление договоров. Расчет стоимости отдельных номеров, костюмов, концертных программ. Определение рентабельности отдельного проекта или программы. Определение рентабельности деятельности творческого коллектива в области хореографического искусства.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6</p>	2
<p>2.2. Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте</p> <p>Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте. Сущность и функции маркетинга. Основные субъекты и виды маркетинга. Особенности некоммерческого маркетинга. Основные технологии маркетинга. Перспективы маркетинга в XXI веке. Мониторинг и технологии мониторинга в менеджменте. Сущность и функции мониторинга. Основные субъекты и виды мониторинга. Особенности мониторинга в государственном и муниципальном управлении. Основные технологии мониторинга.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6</p>	2
<p>2.3. Основы и значение делового общения для успешной деятельности творческого коллектива</p> <p>Особенности и значение менеджмента общественных связей для развития творческого коллектива в области хореографического искусства. Формирование общественного мнения. Традиции, имидж коллектива, их влияние на динамику развития известности и репутации коллектива. Стиль делового общения. Искусство общения с подчиненными. Служебный и деловой этикет. Имидж руководителя. Речь, язык, жесты, манеры, стиль и цветовая гамма одежды. Деловая переписка, деловые переговоры, презентация. Язык и стиль служебных документов. Правила деловых переговоров. Правила этикета.</p> <p>Проведение совещаний, собраний, заседаний. Использование передовых технологий в деятельности творческого коллектива в области хореографического искусства.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6</p>	2

3.2 Практические

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства	2
<p>Формируемые компетенции, образовательные результаты:</p> <p>ПК-10: 3.1 (ПК.10.1.), У.1 (ПК.10.2.) ПК-9: 3.2 (ПК.9.1.), У.2 (ПК.9.2.) УК-2: 3.3 (УК.2.1), У.3 (УК.2.2) УК-3: 3.4 (УК.3.1), У.4 (УК.3.2)</p>	

<p>1.1. Производство и потребление творческого продукта в области народной художественной культуры</p> <p>Производство в сфере хореографического искусства как источник духовных благ для развития личности и общества. Производство и жизнеобеспечение. Материальное и духовное производство. Производство и воспроизведение в творческой деятельности. Факторы производства и производственные ресурсы. Технология организаторской деятельности в творческом коллективе в области хореографического искусства.</p> <p>Взаимодействие и взаиморазвитие творческого производства и потребления. Виды и формы потребления.</p> <p>Государственная поддержка и способы государственного финансирования учреждений культуры и дополнительного образования детей. Самостоятельное финансирование деятельности негосударственных объединений творческой направленности.</p> <p>Благотворительность и другие источники и возможности финансирования творческого хореографического коллектива.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6</p>	2
2. Менеджмент и маркетинг в творческом коллективе	
Формируемые компетенции, образовательные результаты:	
<p>ПК-10: 3.1 (ПК.10.1.), У.1 (ПК.10.2.), В.1 (ПК.10.3.)</p> <p>ПК-9: 3.2 (ПК.9.1.), У.2 (ПК.9.2.), В.2 (ПК.9.3.)</p> <p>УК-2: 3.3 (УК.2.1), У.3 (УК.2.2), В.3 (УК.2.3)</p> <p>УК-3: 3.4 (УК.3.1), У.4 (УК.3.2), В.4 (УК.3.3)</p>	
<p>2.1. Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте</p> <p>Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте. Сущность и функции маркетинга. Основные субъекты и виды маркетинга. Особенности некоммерческого маркетинга. Основные технологии маркетинга. Перспективы маркетинга в XXI веке. Мониторинг и технологии мониторинга в менеджменте. Сущность и функции мониторинга. Основные субъекты и виды мониторинга. Особенности мониторинга в государственном и муниципальном управлении. Основные технологии мониторинга.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6</p>	2
<p>2.2. Основы и значение делового общения для успешной деятельности творческого коллектива</p> <p>Особенности и значение менеджмента общественных связей для развития творческого коллектива в области хореографического искусства. Формирование общественного мнения. Традиции, имидж коллектива, их влияние на динамику развития известности и репутации коллектива. Стиль делового общения. Искусство общения с подчиненными. Служебный и деловой этикет. Имидж руководителя. Речь, язык, жесты, манеры, стиль и цветовая гамма одежды. Деловая переписка, деловые переговоры, презентация. Язык и стиль служебных документов. Правила деловых переговоров. Правила этикета.</p> <p>Проведение совещаний, собраний, заседаний. Использование передовых технологий в деятельности творческого коллектива в области хореографического искусства.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5</p>	2

3.3 СРС

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема для самостоятельного изучения	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства	26
Формируемые компетенции, образовательные результаты:	
<p>ПК-10: 3.1 (ПК.10.1.), У.1 (ПК.10.2.)</p> <p>ПК-9: 3.2 (ПК.9.1.), У.2 (ПК.9.2.)</p> <p>УК-2: 3.3 (УК.2.1), У.3 (УК.2.2)</p> <p>УК-3: 3.4 (УК.3.1), У.4 (УК.3.2)</p>	

<p>1.1. Основы правовой и управленческой культуры</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Наука управления, ее методы познания. Эволюция теорий управления, современные теории управления. Управление и менеджмент. Этапы развития теории и практики менеджмента. Природа и сущность управления. Методы управления. Виды управления. Государственное воздействие на социально – экономические процессы в современной России. Принципы человеческих отношений в управлении коллективом. Экономическое мышление и экономическая психология руководителя коллектива, организации, предприятия. Необходимость обучения управлению для руководителя творческого коллектива. Функции управления: сущность и объективные предпосылки их развития. Классификация функций управления. Планирование и прогнозирование в системе управления. Виды и системы планирования (нормативное и индикативное; программно-целевое и стратегическое; долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование). Подходы к прогнозированию и виды прогнозов. Организация и координация как функции управления. Содержание и принципы организации управления. Мотивация и стимулирование как функции управления. Природа, содержание и структура мотивации. Модели мотивационного управления. Коммуникация как функция управления. Понятие коммуникации, ее основные характеристики. Сущность и виды контроля.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6</p>	8
<p>1.2. Производство и потребление творческого продукта в области народной художественной культуры</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Производство в сфере хореографического искусства как источник духовных благ для развития личности и общества. Производство и жизнеобеспечение. Материальное и духовное производство. Производство и воспроизведение в творческой деятельности. Факторы производства и производственные ресурсы. Технология организаторской деятельности в творческом коллективе в области хореографического искусства. Взаимодействие и взаиморазвитие творческого производства и потребления. Виды и формы потребления.</p> <p>Государственная поддержка и способы государственного финансирования учреждений культуры и дополнительного образования детей. Самостоятельное финансирование деятельности негосударственных объединений творческой направленности. Благотворительность и другие источники и возможности финансирования творческого хореографического коллектива.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 5, 6</p>	8
<p>1.3. Теория и практика современного маркетинга</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Основы маркетинга. Теория и практика современного маркетинга. Сущность маркетинга и маркетинговая среда. Особенности маркетинга в области хореографической деятельности. Формирование маркетинговой стратегии и тактики руководителем коллектива. Комплексное исследование спроса в «социуме деятельности» хореографического коллектива. Правовое обеспечение маркетинга в хореографической деятельности.</p> <p>Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте. Сущность и функции маркетинга. Основные субъекты и виды маркетинга. Особенности некоммерческого маркетинга. Основные технологии маркетинга. Перспективы маркетинга в XXI веке. Мониторинг и технологии мониторинга в менеджменте. Сущность и функции мониторинга. Основные субъекты и виды мониторинга. Особенности мониторинга в государственном и муниципальном управлении. Основные технологии мониторинга.</p> <p>Учебно-методическая литература: 2, 3, 4, 6, 8 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6</p>	10
<p>2. Менеджмент и маркетинг в творческом коллективе</p> <p>Формируемые компетенции, образовательные результаты:</p> <p>ПК-10: 3.1 (ПК.10.1.), У.1 (ПК.10.2.), В.1 (ПК.10.3.) ПК-9: 3.2 (ПК.9.1.), У.2 (ПК.9.2.), В.2 (ПК.9.3.) УК-2: 3.3 (УК.2.1), У.3 (УК.2.2), В.3 (УК.2.3) УК-3: 3.4 (УК.3.1), У.4 (УК.3.2), В.4 (УК.3.3)</p>	89

<p>2.1. Основные знания по финансовой деятельности, необходимой руководителю коллектива.</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Основные понятия: смета расходов, калькуляция услуг, заработка плата, основные фонды, себестоимость услуг. Основные принципы бухгалтерского учета при составлении программы и проектов творческой деятельности в области хореографического искусства. Составление договоров. Расчет стоимости отдельных номеров, костюмов, концертных программ. Определение рентабельности отдельного проекта или программы. Определение рентабельности деятельности творческого коллектива в области хореографического искусства.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5</p>	30
<p>2.2. Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Маркетинг и маркетинговые технологии в менеджменте. Сущность и функции маркетинга. Основные субъекты и виды маркетинга. Особенности некоммерческого маркетинга. Основные технологии маркетинга. Перспективы маркетинга в XXI веке. Мониторинг и технологии мониторинга в менеджменте. Сущность и функции мониторинга. Основные субъекты и виды мониторинга. Особенности мониторинга в государственном и муниципальном управлении. Основные технологии мониторинга.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5, 6</p>	30
<p>2.3. Основы и значение делового общения для успешной деятельности творческого коллектива</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Особенности и значение менеджмента общественных связей для развития творческого коллектива в области хореографического искусства. Формирование общественного мнения. Традиции, имидж коллектива, их влияние на динамику развития известности и репутации коллектива. Стиль делового общения. Искусство общения с подчиненными. Служебный и деловой этикет. Имидж руководителя. Речь, язык, жесты, манеры, стиль и цветовая гамма одежды. Деловая переписка, деловые переговоры, презентация. Язык и стиль служебных документов. Правила деловых переговоров. Правила этикета. Проведение совещаний, собраний, заседаний.</p> <p>Использование передовых технологий в деятельности творческого коллектива в области хореографического искусства.</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3, 4, 5</p>	29

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Ссылка на источник в ЭБС
Основная литература		
1	Основы менеджмента [Электронный ресурс]: курс лекций/ — Электрон. текстовые данные.— Иркутск: Иркутский филиал Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодёжи и туризма, 2011.— 131 с	http://www.iprbookshop.ru/15701.html .— ЭБС «IPRbooks»
2	Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 152 с.	http://www.iprbookshop.ru/85241.html .— ЭБС «IPRbooks»
3	Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: практикум/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2010.— 412 с	http://www.iprbookshop.ru/20086.html .— ЭБС «IPRbooks»
4	Тимошенко Е.В. Менеджмент в хореографии. Часть 1 [Электронный ресурс]: курс лекций (для студентов, обучающихся по направлению 071200.62 «Хореографическое искусство»)/ Тимошенко Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2015.— 210 с	http://www.iprbookshop.ru/59615.html .— ЭБС «IPRbooks»
Дополнительная литература		
5	Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга/ Грошев И.В., Краснослободцев А.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 655 с	http://www.iprbookshop.ru/71225.html .— ЭБС «IPRbooks»
6	Юдина А.И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры. Оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень) выпускника «магистр»/ Юдина А.И.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2018.— 127 с	http://www.iprbookshop.ru/93499.html .— ЭБС «IPRbooks»
7	Юдина А.И. Социальный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов специальностей 071401 «Социально-культурная деятельность», 080507 «Менеджмент организаций» и направлений подготовки 071800 «Социально-культурная деятельность», 080200 «Менеджмент»/ Юдина А.И.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2013.— 231 с	http://www.iprbookshop.ru/22095.html .— ЭБС «IPRbooks»
8	Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: практикум/ Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Склляр Е.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 194 с	http://www.iprbookshop.ru/85254.html .— ЭБС «IPRbooks»
9	Жуков Б.М. Организационное проектирование в системе менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Жуков Б.М., Басенко В.П., Романов А.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Академия естествознания, Южный институт менеджмента, 2010.— 310 с	http://www.iprbookshop.ru/9555.html .— ЭБС «IPRbooks»
10	Баканов Е.А. Проектный менеджмент в социально-культурной деятельности [Электронный ресурс]: практикум по дисциплине для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль подготовки «Менеджмент социально-культурной деятельности», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»/ Баканов Е.А.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2018.— 56 с	http://www.iprbookshop.ru/93517.html .— ЭБС «IPRbooks»

4.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование базы данных	Ссылка на ресурс
1	База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU	https://elibrary.ru/defaultx.asp

2	Педагогическая библиотека	http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/index.php
3	Яндекс–Энциклопедии и словари	http://slovani.yandex.ru
4	Федеральный портал «Российское образование»	http://www.edu.ru
5	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	http://window.edu.ru
6	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Описание показателей и критерии оценивания компетенций

Код компетенции по ФГОС							
Код образовательного результата дисциплины	Текущий контроль						Промежуточная аттестация
	Доклад/сообщение	Контрольная работа по разделу/теме	Проект	Тест	Эссе	Зачет/Экзамен	
ПК-10							
3.1 (ПК.10.1.)	+	+	+	+	+	+	
У.1 (ПК.10.2.)		+	+				+
В.1 (ПК.10.3.)			+				+
ПК-9							
3.2 (ПК.9.1.)	+	+	+	+	+	+	
У.2 (ПК.9.2.)	+	+	+	+	+	+	
В.2 (ПК.9.3.)			+				+
УК-2							
3.3 (УК.2.1)	+	+	+	+	+	+	
У.3 (УК.2.2)	+	+	+	+	+	+	
В.3 (УК.2.3)			+				+
УК-3							
3.4 (УК.3.1)	+	+	+	+	+	+	
У.4 (УК.3.2)		+	+				+
В.4 (УК.3.3)			+				+

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

5.2.1. Текущий контроль.

Типовые задания к разделу "Основы менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства":

1. Контрольная работа по разделу/теме

К теме «Основы и значение делового общения для осуществления успешной деятельности творческого коллектива»:

Подготовить материал для проведения и организации деловых ролевых игр:

- ролевая игра «Стиль делового общения».
- ролевая игра «Искусство общения с подчиненными»
- ролевая игра «Служебный и деловой этикет»

Количество баллов: 5

2. Text

Примеры тестовых заданий

Задание № 1

Менеджмент представляет собой:

- синоним понятия «управление»
- одно из направлений теории и практики управления
- инструмент рационального управления организацией
- механизм решения конкретных ситуаций развития организаций в рыночной среде

Задание № 2

Роль менеджера в управлении организацией:

- осуществление принятых решений
- сбор и распространение необходимой информации
- организация процесса производства
- формирование организационных отношений на основе мотивации и координации

Задание № 3

В каких сферах жизнедеятельности имеет место менеджмент:

- политика
- наука
- коммерческий и некоммерческий бизнес
- все сферы

Задание № 4

Традиционные требования, предъявляемые к менеджерам:

- коммуникабельность
- умение пользоваться современными техническими средствами
- знание финансовой стороны дела
- все перечисленное

Задание № 5

Менеджер XXI века должен знать:

- социальную психологию
- культурологию
- финансы
- все перечисленное

Задание № 6

Как назывался учебник по управлению хозяйством и делами, созданный на Руси в XIV веке?

- Домострой
- Государство и право
- Управление хозяйством
- Царская власть

Задание № 7

Кто из древних философов в своих сочинениях обсуждал вопросы менеджмента?

- Платон
- Аристотель
- Сократ
- Евклид

Задание № 8

Какой из стилей руководства не относится к категории «менеджмент»?

- авторитарный
- командный
- демократический
- либеральный

Задание № 9

Демократический стиль управления характеризуется:

- делегированием полномочий с удержанием ключевых позиций у лидера
- системой участия в принятии решений
- прерогативой лидера в установлении целей и выборе средств
- осуществлением коммуникаций в двух направлениях

Задание № 10

Авторитарный стиль управления характеризуется:

- сосредоточением всей власти и ответственности в руках лидера
- коллегиальным принятием решения
- тенденцией сдерживания индивидуальной инициативы
- чрезмерным вниманием к срочности и порядку исполнения дел

Задание № 11

Что из перечисленного относится к административным методам управления:

- приказы и распоряжения
- ценообразование
- формирование психологического климата в коллективе
- страхование

Задание № 12

Что из перечисленного относится к экономическим методам управления:

Количество баллов: 3

3. Эссе

ТЕМАТИКА ЭССЕ

1. Государственное регулирование в сфере культуры и искусства.
2. Негосударственная поддержка социально-культурной сферы.
3. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере культуры и искусства.
4. Источники финансирования деятельности в сфере культуры и искусства.
5. Бренд и брэндинг в искусстве.
6. Имидж и репутация в брэндинге в сфере культуры и искусства.
7. Брэндинг, реклама и PR в сфере культуры и искусства.
8. Сущность, цели и задачи PR в сфере культуры и искусства.
9. Маркетинг и мотивация работников творческого труда.

Количество баллов: 5

Типовые задания к разделу "Менеджмент и маркетинг в творческом коллективе":

1. Доклад/сообщение

Темы докладов

1. Функции маркетинга в сфере культуры.
2. Функции менеджмента в сфере культуры.
3. Устарели ли такие услуги как тематические вечера, устные журналы, вечера вопросов и ответов, лекции, экскурсии?
4. Необходимость маркетинговой ориентации учреждений культуры.
5. Почему некоторые руководители учреждений культуры возражают против маркетинговой ориентации?
6. Чем следует руководствоваться при выборе средств рекламы?
7. Спонсорство, патронаж и благотворительность. Мотивы и формы сотрудничества.
8. Культура делового общения. Национальные и этнические деловые культуры.

Количество баллов: 3

2. Проект

Разработать проект "Пути создания имиджа хореографического коллектива, влияющего на развитие известности и репутации" (на примере коллектива по выбору студента)

Количество баллов: 5

3. Тест

Тест

- 1) Учреждения культуры важны тем, что они:
 - а) Осуществляют социально значимую деятельность
 - б) Приносят доход
 - в) Обеспечивают нравственное воспитание
- 2) Разработанный проект утверждает:
 - а) Учредитель (вышестоящая инстанция)
 - б) Заказчик
- в) Тот, кто будет распоряжаться выделенными средствами
- 3) При получении отрицательного ответа от потенциального донора (при отказе в поддержке проекта) следует:
 - а) Просить разъяснить причины отказа
 - б) Извиниться за беспокойство
 - в) Продолжать настаивать на предложении
- 4) Дополнительные средства привлекаются в сферу культуры потому, что:
 - а) Виды деятельности в ней коммерчески неконкурентны
 - б) Необходимо обеспечить занятость работников культуры
 - в) Она дает возможность реализации социального партнерства
- 5) Благотворительность — это дело и забота:
 - а) Государства
 - б) Бизнеса
 - в) Граждан
- 6) Письмо-предложение должно быть подписано:
 - а) Менеджером проекта
 - б) Председателем оргкомитета
- в) Учредителем организации, отвечающей за реализацию проекта
- 7) Государственное регулирование деятельности в сфере культуры это:
 - а) Принятие законодательных норм и гарантий
 - б) Контроль выполнения законодательства
 - в) Выделение средств госбюджета
- 8) Проблема «бизнес и культура» это:
 - а) Вопросы сотрудничества бизнеса и культуры
 - б) деловая активность в сфере культуры
 - в) Культура бизнес-процессов и управления ими
- 9) Цель (цели) проекта это:
 - а) Основные задачи
 - б) Описание желаемого результата
 - в) Решение социально-значимой актуальной проблемы
- 10) Средства госбюджета, выделяемые на деятельность в сфере культуры, могут получать:
 - а) Только государственные учреждения и организации
 - б) Частные лица и инициативные группы
 - в) Общественные организации
- 11) Учреждения культуры важны тем, что они:
 - а) Осуществляют социально значимую деятельность
 - б) Приносят доход
 - в) Обеспечивают нравственное воспитание
- 12) Разработанный проект утверждает:
 - а) Учредитель (вышестоящая инстанция)
 - б) Заказчик
- в) Тот, кто будет распоряжаться выделенными средствами
- 13) При получении отрицательного ответа от потенциального донора (при отказе в поддержке проекта) следует:
 - а) Просить разъяснить причины отказа
 - б) Извиниться за беспокойство
 - в) Продолжать настаивать на предложении

Количество баллов: 3

5.2.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации в ФГБОУ ВО «ЮУрГПУ».

Первый период контроля

1. Зачет

Вопросы к зачету:

1. Эволюция менеджмента и маркетинга. Причины возникновения и развития.
2. Маркетинг и современный менеджмент.
3. Социально-культурное значение маркетинга.
4. Сфера культуры: виды деятельности, организации, особенности менеджмента.
5. Вклад сферы культуры в социально-экономическое развитие и профессиональное самоопределение работников культуры.
6. Источники финансирования деятельности учреждений культуры.
7. Государственное регулирование поддержки и развития культурной деятельности: зарубежный и отечественный опыт.
8. Сфера применения и виды маркетинга.
9. Особенности маркетинга в некоммерческой сфере.
10. Государство и маркетинг.
11. Глобализация и развитие культуры региона.
12. Некоммерческие организации сферы культуры: виды, роль и значение.
13. Спонсорство, патронаж и благотворительность. Мотивы и формы сотрудничества, проблемы развития.
14. Традиционная и массовая культуры, «высокое» и «новое» искусство: особенности менеджмента.
15. Маркетинг территорий (мест).
16. Маркетинг, идей (программ).
17. Маркетинг учреждений культуры
18. Платные услуги в сфере культуры и маркетинг
19. Условия эффективности маркетинга в сфере культуры.
20. Организация разработки программы или проекта.

Второй период контроля

1. Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Эволюция менеджмента и маркетинга. Причины возникновения и развития.
2. Маркетинг и современный менеджмент.
3. Социально-культурное значение маркетинга.
4. Сфера культуры: виды деятельности, организации, особенности менеджмента.
5. Вклад сферы культуры в социально-экономическое развитие и профессиональное самоопределение работников культуры.
6. Источники финансирования деятельности учреждений культуры.
7. Государственное регулирование поддержки и развития культурной деятельности: зарубежный и отечественный опыт.
8. Сфера применения и виды маркетинга.
9. Особенности маркетинга в некоммерческой сфере.
10. Государство и маркетинг.
11. Глобализация и развитие культуры региона.
12. Некоммерческие организации сферы культуры: виды, роль и значение.
13. Спонсорство, патронаж и благотворительность. Мотивы и формы сотрудничества, проблемы развития.
14. Традиционная и массовая культуры, «высокое» и «новое» искусство: особенности менеджмента.
15. Маркетинг территорий (мест).
16. Маркетинг, идей (программ).
17. Маркетинг учреждений культуры
18. Платные услуги в сфере культуры и маркетинг
19. Условия эффективности маркетинга в сфере культуры.
20. Организация разработки программы или проекта.
21. Технология разработки региональных культурных программ.
22. Аналитические методы планирования. Ситуационный и маркетинговый анализ.
23. Концепции маркетинга.
24. Нормы и нормативы в сфере культуры.
25. Культура делового общения. Национальные и этнические деловые культуры.
26. Организационная (корпоративная) культура и фирменный стиль.
27. Анализ зоны деловой активности.
28. Интеллектуальная собственность в арт-индустрии и охрана авторских прав.

29. Менеджмент и организация благотворительной деятельности в сфере культуры и искусств.
30. Задачи арт-менеджмента в сохранении самобытности народных ремесел.
31. Арт-менеджмент в структуре этнокультурной деятельности.
32. Фестивальный менеджмент в сфере любительского художественного творчества.
33. Арт-менеджмент концертных проектов в сфере популярной музыки.
34. Менеджмент в деятельности детских концертных организаций.
35. Технологии арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии.
36. Рекламные технологии в структуре арт-менеджмента.
37. Использование инструментария маркетинговых коммуникаций в арт-менеджменте.
38. Кадровые ресурсы арт-менеджмента.
39. Государственное управление культурой и искусством.
40. Механизмы финансирования арт-индустрии.
41. Система мировой арт-индустрии и место в ней российского арт-менеджмента.
42. Стратегия и тактика в технологиях арт-менеджмента.
43. Арт-менеджмент культурно-просветительской и досуговой деятельности.
44. Информационное обеспечение арт-менеджмента.
45. Проблема управления качеством в процессе создания социально-культурного проекта.
46. Содержание мотивации и формирование мотивационных условий в сфере арт-менеджмента.
47. Создание команды в процессе подготовки и реализации арт-проекта.
48. Программный подход как инструмент арт-менеджмента.
49. Коммерческие и некоммерческие проекты в арт-менеджменте.
50. Роль масс-медиа в арт-менеджменте и создании арт-проектов.
51. Инновационные технологии в сфере арт-менеджмента.

5.3. Примерные критерии оценивания ответа студентов на экзамене (зачете):

Отметка	Критерии оценивания
"Отлично"	<ul style="list-style-type: none"> -дается комплексная оценка предложенной ситуации -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять -последовательное, правильное выполнение всех заданий -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Хорошо"	<ul style="list-style-type: none"> -дается комплексная оценка предложенной ситуации -демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять -последовательное, правильное выполнение всех заданий -возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя -умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Удовлетворительно" ("зачтено")	<ul style="list-style-type: none"> - затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации -неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя - выполнение заданий при подсказке преподавателя - затруднения в формулировке выводов
"Неудовлетворительно" ("не зачтено")	<ul style="list-style-type: none"> -неправильная оценка предложенной ситуации - отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лекции

Лекция - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов. Работа обучающихся на лекции включает в себя: составление или слежение за планом чтения лекции, написание конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой.

Требования к конспекту лекций: краткость, схематичность, последовательная фиксация основных положений, выводов, формулировок, обобщений. В конспекте нужно помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Последующая работа над материалом лекции предусматривает проверку терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. В конспекте нужно обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

2. Практические

Практические (семинарские занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения практических занятий и семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

При подготовке к практическому занятию необходимо, ознакомиться с его планом; изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, ознакомиться с дополнительной литературой (справочниками, энциклопедиями, словарями). К наиболее важным и сложным вопросам темы рекомендуется составлять конспекты ответов. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения основным понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме.

В ходе практического занятия надо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

3. Зачет

Цель зачета – проверка и оценка уровня полученных студентом специальных знаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации.

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором обучающиеся получают предварительный перечень вопросов к зачету и список рекомендуемой литературы, их ставят в известность относительно критерии выставления зачета и специфике текущей и итоговой аттестации. С самого начала желательно планомерно осваивать материал, руководствуясь перечнем вопросов к зачету и списком рекомендуемой литературы, а также путем самостоятельного конспектирования материалов занятий и результатов самостоятельного изучения учебных вопросов.

По результатам сдачи зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

4. Экзамен

Экзамен преследует цель оценить работу обучающегося за определенный курс: полученные теоретические знания, их прочность, развитие логического и творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения анализировать и синтезировать полученные знания и применять их для решения практических задач.

Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, утвержденным заведующим кафедрой. Экзаменационный билет включает в себя два вопроса и задачи. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения обучающихся не позднее чем за один месяц до экзаменационной сессии.

В процессе подготовки к экзамену организована предэкзаменационная консультация для всех учебных групп.

При любой форме проведения экзаменов по билетам экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы, задачи и примеры по программе данной дисциплины. Дополнительные вопросы, также как и основные вопросы билета, требуют развернутого ответа.

Результат экзамена выражается оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

5. Контрольная работа по разделу/теме

Контрольная работа выполняется с целью проверки знаний и умений, полученных студентом в ходе лекционных и практических занятий и самостоятельного изучения дисциплины. Написание контрольной работы призвано установить степень усвоения студентами учебного материала раздела/темы и формирования соответствующих компетенций.

Подготовку к контрольной работе следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данному разделу/теме и конспектов лекций.

Контрольная работа выполняется студентом в срок, установленный преподавателем в письменном (печатном или рукописном) виде.

При оформлении контрольной работы следует придерживаться рекомендаций, представленных в документе «Регламент оформления письменных работ».

6. Тест

Тест это система стандартизованных вопросов (заданий), позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Тесты могут быть аудиторными и внеаудиторными. Преподаватель доводит до сведения студентов информацию о проведении теста, его форме, а также о разделе (теме) дисциплины, выносимой на тестирование.

При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

- проработать информационный материал по дисциплине. Проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;
- выяснить все условия тестирования заранее. Необходимо знать, сколько тестов вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.
- работая с тестами, внимательно и до конца прочесть вопрос и предлагаемые варианты ответов; выбрать правильные (их может быть несколько); на отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам. В случае компьютерного тестирования указать ответ в соответствующем поле (полях);
- в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.
- решить в первую очередь задания, не вызывающие трудностей, к трудному вопросу вернуться в конце.
- оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

7. Эссе

Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выраждающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями: мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов; мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы . При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).

Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире.

Этапы написания эссе:

1. написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы);
2. сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других;
3. дать комментарии к проблеме;
4. сформулировать авторское мнение и привести аргументацию;
5. написать заключение (вывод, обобщение сказанного).

При оформлении эссе следует придерживаться рекомендаций, представленных в документе «Регламент оформления письменных работ».

8. Доклад/сообщение

Доклад – развернутое устное (возможен письменный вариант) сообщение по определенной теме, сделанное публично, в котором обобщается информация из одного или нескольких источников, представляется и обосновывается отношение к описываемой теме.

Основные этапы подготовки доклада:

1. четко сформулировать тему;
2. изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации:
 - первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.);
 - вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.);
 - третичные (обзоры, компилиативные работы, справочные книги и т. д.);
3. написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее;
4. написать доклад, соблюдая следующие требования:
 - структура доклада должна включать краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы;
 - в содержании доклада общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения;
5. оформить работу в соответствии с требованиями.

9. Проект

Проект – это самостоятельное, развёрнутое решение обучающимся, или группой обучающихся какой-либо проблемы научно-исследовательского, творческого или практического характера.

Этапы в создании проектов.

1. Выбор проблемы.
2. Постановка целей.
3. Постановка задач (подцелей).
4. Информационная подготовка.
5. Образование творческих групп (по желанию).
6. Внутригрупповая или индивидуальная работа.
7. Внутригрупповая дискуссия.
8. Общественная презентация – защита проекта.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. Дифференцированное обучение (технология уровневой дифференциации)
2. Развивающее обучение
3. Проблемное обучение
4. Проектные технологии
5. Технология развития критического мышления
6. Игровые технологии

8. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ

1. компьютерный класс – аудитория для самостоятельной работы
2. учебная аудитория для лекционных занятий
3. учебная аудитория для семинарских, практических занятий
4. Лицензионное программное обеспечение:
 - Операционная система Windows 10
 - Microsoft Office Professional Plus
 - Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
 - Справочная правовая система Консультант плюс
 - 7-zip
 - Adobe Acrobat Reader DC
 - Звуковой редактор Audacity
 - Видео редактор Virtual Dub
 - Интернет-браузер
 - Microsoft Windows Server 2016