

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»  
Факультет социально-культурных технологий  
Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

## **ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

**Рабочая программа дисциплины**

**Направление подготовки**  
52.04.01 «Хореографическое искусство»

**Профиль подготовки**  
«Искусство хореографа»

**Квалификация (степень) выпускника**  
Магистр

**Форма обучения**  
Очная, заочная

Кемерово

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 52.04.01 «Хореографическое искусство», квалификация (степень) выпускника – магистр.

Утверждена на заседании кафедры Управления и экономики социально-культурной сферы и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> 11.05.2022, протокол № 13.

Переутверждена на заседании кафедры Управления и экономики социально-культурной сферы и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> 19.05.2023, протокол № 12, 21.05.2025 г., протокол №9

Инновационный менеджмент и маркетинг социально-культурных услуг [Текст]: рабочая программа дисциплины по направлению подготовки 52.04.01 «Хореографическое искусство», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Сост. Ю. В. Ключев. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2023. – 15 с. -Текст : непосредственный.

**Составитель:**  
КлючевЮ.В.,  
кандидат культурологии, доцент

## Содержание рабочей программы дисциплины

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Цели освоения дисциплины .....                                                                      | 4  |
| 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы магистратуры.....                            | 4  |
| 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.....                                                  | 4  |
| 4. Объем, структура и содержание дисциплины .....                                                      | 4  |
| 4.1. Объем дисциплины .....                                                                            | 5  |
| 4.2. Структура дисциплины .....                                                                        | 5  |
| 4.3. Содержание дисциплины .....                                                                       | 8  |
| 5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии .....                                   | 10 |
| 5.1. Образовательные технологии.....                                                                   | 10 |
| 5.2. Информационно-коммуникационные технологии .....                                                   | 10 |
| 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся.....                             | 11 |
| 7. Фонд оценочных средств .....                                                                        | 11 |
| 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....                                   | 11 |
| 8.1. Основная и дополнительная литература.....                                                         | 11 |
| 8.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....                                   | 12 |
| 8.3. Программное обеспечение и информационные справочные системы .....                                 | 12 |
| 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....                                                 | 13 |
| 10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ..... | 13 |
| 11. Перечень ключевых слов .....                                                                       | 14 |

## 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Инновационный менеджмент и маркетинг» является формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 52.04.01 «Хореографическое искусство», систематизированных и обобщенных знаний о современных тенденциях и инновациях развития менеджмента и маркетинга.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Инновационный менеджмент и маркетинг» относится к блоку дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений. Изучается на 2 курсе (4 семестр). Освоение дисциплины способствует становлению у обучающихся навыков принятия решений, связанных с повышением эффективности использования ресурсов организаций социально-культурной сферы. Для её освоения необходимы знания основ менеджмента и маркетинга, изучение которых осуществляется по образовательным программам бакалавриата.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения.

| Код и наименование компетенции                                         | Индикаторы достижения компетенций                                                              |                                                                                                                                 |                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                        | знать                                                                                          | уметь                                                                                                                           | владеть                                                                                                                                 |
| ПК-3. Способен планировать проекты в сфере хореографического искусства | ПК-3.1.Способы разработки проектов программ сохранения и развития хореографического искусства. | ПК-3.2.Создавать перспективные структурно-функциональные модели учреждений и организаций в области хореографического искусства. | ПК-3.3. Способами проектирования инновационных образовательных и художественно-творческих систем в области хореографического искусства. |

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника:

- Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. №613н.

## 4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1 Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Для обучающихся очной формы обучения предусмотрено 52 часа контактной (аудиторной) работы с обучающимися (26 часов лекций, 26 часов – практических занятий в 4 семестре), 56 часов на самостоятельную работу. 20 часов (39%) аудиторной работы проводится в интерактивных формах. Форма контроля – зачет.

Для обучающихся заочной формы обучения предусмотрено 8 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися (4 часа лекций, 4 часа – практических занятий в

4семестре), 96 часов на самостоятельную работу и 4 часа – консультаций. 4 часа (50%) аудиторной работы проводится в интерактивных формах. Форма контроля – зачет.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины (модуля) организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью.

## 4.2. Структура дисциплины

### Очная форма обучения

| №<br>п/п                                                                                                              | Разделы/темы дисциплины                                                                      | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в часах) |                                        |                        | Интеракти<br>в. формы<br>обучения | СРО |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------|-----------------------------------|-----|
|                                                                                                                       |                                                                                              |         | лекци<br>и                                                                                | семина.<br>(практ.<br>)<br>заняти<br>я | Индив<br>. заняти<br>я |                                   |     |
| 1                                                                                                                     | 2                                                                                            | 3       | 4                                                                                         | 5                                      | 6                      | 7                                 | 8   |
| <b>Раздел 1. Теоретические основы инновационного менеджмента и маркетинга социально-культурных услуг</b>              |                                                                                              |         |                                                                                           |                                        |                        |                                   |     |
| 1.1                                                                                                                   | Инновационный менеджмент и маркетинг: сущность понятий.                                      | 4       | 2                                                                                         | 2                                      |                        |                                   | 6   |
| 1.2                                                                                                                   | Управление потоками инноваций в организациях сферы культуры.                                 | 4       | 2                                                                                         | 2/2*                                   |                        | Дискусси<br>я                     | 6   |
| 1.3.                                                                                                                  | Технологии и методы оценки качества социально-культурной деятельности.                       | 4       | 2                                                                                         | 2                                      |                        |                                   | 6   |
| 1.4.                                                                                                                  | Модельный стандарт услуги по организации деятельности клубных формирований                   | 4       | 2                                                                                         | 2                                      |                        |                                   | 6   |
| <b>Раздел 2. Мониторинг качества социально-культурной деятельности в организациях сферы культуры и их продвижение</b> |                                                                                              |         |                                                                                           |                                        |                        |                                   |     |
| 2.1                                                                                                                   | Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг учреждениями сферы | 4       | 2                                                                                         | 2/2*                                   |                        | Подготовк<br>а<br>сообщения       | 6   |

|                                    |                                                                    |         |           |           |          |                 |           |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------|-----------|-----------|----------|-----------------|-----------|
|                                    | культуры.                                                          |         |           |           |          |                 |           |
| 2.2                                | Рынок свободного и платного потребления                            | 4       | 2         | 2/2*      |          | Эссе            | 6         |
| 2.3                                | Продукты культуры и культурные потребности                         | 4       | 2         | 2/2*      |          | Эссе            | 6         |
| 2.4                                | Самоидентификация социокультурного учреждения. Формирование бренда | 4       | 6         | 6/6*      |          | Защита проекта  | 7         |
| 2.5.                               | Технологии продвижения услуг учреждений культуры                   | 4       | 6         | 6/6*      |          | Защита проекта  | 7         |
| Всего часов в интерактивной форме: |                                                                    |         |           |           |          | <b>20 (39%)</b> |           |
| <b>Итого</b>                       |                                                                    | 10<br>8 | <b>26</b> | <b>26</b> | <b>4</b> |                 | <b>56</b> |

### Заочная форма обучения

| №<br>п/п                                                                                                       | Разделы/темы дисциплины                                                    | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в часах) |                                    |                      | Интерактив<br>. формы обучения | СРО |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------|--------------------------------|-----|
|                                                                                                                |                                                                            |         | лекции<br>и                                                                               | семина.<br>(практ.<br>)<br>занятия | Индивиду.<br>занятия |                                |     |
| 1                                                                                                              | 2                                                                          | 3       | 4                                                                                         | 5                                  | 6                    | 7                              | 8   |
| Раздел 1. Теоретические основы инновационного менеджмента и маркетинга социально-культурных услуг              |                                                                            |         |                                                                                           |                                    |                      |                                |     |
| 1.1                                                                                                            | Инновационный менеджмент и маркетинг: сущность понятий.                    | 4       | 2                                                                                         |                                    |                      |                                | 10  |
| 1.2                                                                                                            | Управление потоками инноваций в организациях сферы культуры.               | 4       |                                                                                           |                                    |                      |                                | 10  |
| 1.3                                                                                                            | Технологии и методы оценки качества социально-культурной деятельности.     | 4       |                                                                                           |                                    |                      |                                | 10  |
| 1.4                                                                                                            | Модельный стандарт услуги по организации деятельности клубных формирований | 4       |                                                                                           |                                    |                      |                                | 10  |
| Раздел 2. Мониторинг качества социально-культурной деятельности в организациях сферы культуры и их продвижение |                                                                            |         |                                                                                           |                                    |                      |                                |     |
| 2.1                                                                                                            | Мониторинг удовлетворенности                                               | 4       |                                                                                           | 4/4*                               |                      |                                | 10  |

|                                    |                                                                           |   |          |          |          |                |           |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---|----------|----------|----------|----------------|-----------|
|                                    | потребителей качеством предоставляемых услуг учреждениями сферы культуры. |   | 2        |          |          |                |           |
| 2.2                                | Рынок свободного и платного потребления                                   | 4 |          |          |          |                | 10        |
| 2.3                                | Продукты культуры и культурные потребности                                | 4 |          |          |          |                | 10        |
| 2.4                                | Самоидентификация социокультурного учреждения. Формирование бренда        | 4 |          |          |          | Защита проекта | 13        |
| 2.5                                | Технологии продвижения услуг учреждений культуры                          | 4 |          |          |          | Защита проекта | 13        |
| Всего                              |                                                                           |   | 4        | 4        |          |                | 96        |
| Всего часов в интерактивной форме: |                                                                           |   |          |          |          | 4              |           |
| Консультация                       |                                                                           |   |          |          | 4        |                |           |
| <b>Итого: 108</b>                  |                                                                           |   | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>4</b> |                | <b>96</b> |

### 4.3 Содержание дисциплины

| №<br>п/п                                                                                                       | Содержание дисциплины (Разделы. Темы)                                                                  | Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Виды оценочных средств;<br>формы текущего контроля,<br>промежуточной аттестации. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Раздел 1. Теоретические основы инновационного менеджмента и маркетинга социально-культурных услуг              |                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                  |
| 1.1                                                                                                            | Инновационный менеджмент и маркетинг:<br>сущность понятий.                                             | <b>Формируемые компетенции:</b> (ПК-3).<br>В результате изучения темы студент должен:<br>Знать:<br>- способы разработки проектов и программ сохранения и развития хореографического искусства.<br>Уметь:<br>- создавать перспективные структурно-функциональные модели учреждений и организаций в области хореографического искусства.<br>Владеть:<br>- способами проектирования инновационных образовательных и художественно-творческих систем в области хореографического искусства. | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
| 1.2                                                                                                            | Управление потоками инноваций в организациях сферы культуры.                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
| 1.3.                                                                                                           | Технологии и методы оценки качества социально-культурной деятельности.                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
| 1.4.                                                                                                           | Модельный стандарт услуги по организации деятельности клубных формирований                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
| Раздел 2.Мониторинг качества социально-культурной деятельности в организациях сферы культуры и их продвижение. |                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                  |
| 2.1                                                                                                            | Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг учреждениями сферы культуры. | <b>Формируемые компетенции:</b> (ПК-3).<br>В результате изучения темы студент должен:<br>Знать:<br>- способы разработки проектов и программ сохранения и развития хореографического искусства.<br>Уметь:<br>- создавать перспективные структурно-функциональные модели учреждений и организаций в области хореографического искусства.<br>Владеть:<br>- способами проектирования инновационных образовательных и художественно-творческих систем в области хореографического искусства  | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
| 2.2                                                                                                            | Рынок свободного и платного потребления                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
| 2.3                                                                                                            | Продукты культуры и культурные потребности                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
| 2.4                                                                                                            | Самоидентификация социокультурного учреждения. Формирование бренда                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
| 2.5                                                                                                            | Технологии продвижения услуг учреждений культуры                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Устный опрос.<br>Тестовое задание                                                |
|                                                                                                                |                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Зачет                                                                            |

## **5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии**

### **5.1. Образовательные технологии**

Организация процесса обучения по дисциплине «Инновационный менеджмент и маркетинг» предполагает использование традиционных и электронных, активных и интерактивных образовательных технологий, включающих: мультимедийные лекции, на которых рассматриваются теоретические, проблемные, дискуссионные вопросы в соответствии с тематическим планом; практические занятия с использованием электронных технологий.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос; отчет о выполнении практических заданий; отчет о выполнении самостоятельной работы; тестирование по всем темам каждого раздела дисциплины посредством тестовых заданий на установление соответствия, заданий с выбором ответов, заданий-дополнений; форма аттестации – зачет.

### **5.2. Информационно-коммуникационные технологии**

В ходе изучения студентами учебной дисциплины «Инновационный менеджмент и маркетинг» применение электронных образовательных технологий предполагает размещение различных электронно-образовательных ресурсов на сайте электронной образовательной среды КемГИК по web-адресу <http://edu.kemgik.ru>, отслеживание обращений обучающихся к ним, а также использование интерактивных инструментов.

Электронно-образовательные ресурсы учебной дисциплины «Налогообложение и ценообразование в сфере туризма» включают: файлы с текстами лекций, электронные презентации, иллюстрации, схемы, диаграммы, ссылки на учебно-методические ресурсы Интернет и др. Ознакомление с данными ресурсами доступно каждому обучающемуся посредством логина и пароля.

Обучающиеся могут работать со статичными ресурсами, читая их с экрана или сохраняя на свой локальный компьютер для дальнейшего ознакомления. В процессе изучения дисциплины для обучающегося важно освоить данные ресурсы в установленные преподавателем сроки. При освоении указанной дисциплины наряду со статичными электронно-образовательными ресурсами применяются интерактивные элементы: задания, тесты и др. Использование указанных интерактивных элементов направлено на действенную организацию самостоятельной работы обучающегося. Работа с указанными выше элементами дисциплины требует активной деятельности обучающихся, регламентированной как необходимостью записи на курс, так и сроками, требованиями к представлению конечного продукта и др. Интерактивный элемент «Задание» позволяет преподавателю наладить обратную связь с обучающимся посредством получения от них выполненных заданий в электронном варианте. С помощью элемента «Задание» студентам доступно представление на рассмотрение преподавателю своих работ в различной форме: тексты, таблицы, презентации. Выполненные задания присылаются студентами в асинхронном режиме (off-line); также программными средствами LMS Moodle предусмотрена возможность отправки заданий в режиме on-line. После проверки выполненного задания преподавателем выставляется отметка, видимая обучающимся в элементе «Оценки»; результат проверки работы может быть представлен и в виде рецензии или комментариев преподавателя. Освоению обучающимися основных понятий дисциплины способствует применение интерактивного элемента «Глоссарий», трактуемого в электронной образовательной среде как словарь терминов и понятий,

используемых в курсе. Глоссарий функционально предлагает следующие возможности для студентов и преподавателей: группировка терминов по алфавиту, категориям, авторству, дате; наличие модуля поиска по глоссарию, добавление студентами комментариев к записи и оценивание этих комментариев преподавателем, экспорт и импорт глоссария посредством XML. Организации самоконтроля и текущего контроля знаний по дисциплине значительно способствует применение интерактивного элемента «Тест», который предоставляет возможность использования разнообразных типов заданий (выбрать один или несколько ответов из предложенных / установить соответствие / вписать свой ответ / дать развернутый ответ). При освоении обучающимися дисциплины именно тесты используются как одно из основных средств объективной оценки знаний.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

### *Организационные ресурсы*

- Тематический план дисциплины

### *Учебно-теоретические ресурсы*

- Конспект лекций
- Гиперссылки на электронные учебники, учебные пособия (доступ через электронную библиотечную систему)

### *Учебно-практические ресурсы*

- Планы семинарских занятий

### *Учебно-методические ресурсы*

- Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

### *Учебно-справочные ресурсы*

- Основные термины и понятия

### *Учебно-наглядные ресурсы*

- Электронные презентации
- Гиперссылки на ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

### *Учебно-библиографические ресурсы*

- Список рекомендуемой литературы
- Перечень полезных ссылок

### *Фонд оценочных средств*

- Примерная тематика и методические указания по подготовке докладов для промежуточной аттестации
- Тест для промежуточной аттестации

## **7. Фонд оценочных средств**

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде (<https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=4139>).

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **8.1. Основная литература**

1. Беляев, Ю. М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю. М. Беляев. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 219 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621843> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04782-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности: 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. – текст непосредственный

3. Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 170 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03982-9. – Текст : электронный.

## 8.2. Дополнительная литература

1. 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.

2. Инновационный менеджмент: 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°», 2017. - 383 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01454-3; URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768> (дата обращения: 06.10.2021). - Режим доступа: Электронная библиотека КемГИК.- Текст : электронный. Менеджмент [Текст] : учебник/ Под ред. М.Л. Разу. - Москва: КНОРУС, 2008. - 472 с.

3. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусств [Текст]: учебное пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 191 с.

4. 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.

5. Управление инновационной деятельностью : учебник / Т. А. Искандерова, Н. А. Каменских, Д. В. Кузнецов [и др.] ; под ред. Т. А. Искандеровой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2018. – 354 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494876> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907003-35-4. – Текст : электронный.

## 8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Министерство культуры Российской Федерации <https://culture.gov.ru>  
Справочник руководителя учреждения культуры  
<https://e.rukulturi.ru/?ysclid=lscvqhxx7p868410132>

## 8.4. Программное обеспечение

Для реализации образовательного процесса по дисциплине «История» используется следующее лицензионное программное обеспечение: операционные системы – MSWindows (10, 8, 7, XP); свободно распространяемое программное обеспечение: офисный пакет – LibreOffice, браузеры – MozillaFirefox, InternetExplorer, служебная программа – AdobeReader.

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Наличие учебной лаборатории, оснащенной проекционной и компьютерной техникой, интегрированной в Интернет.

## **10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

- адаптированная профессиональная образовательная программа;
- индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки педагогов, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья - установлены адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

- для лиц с нарушением зрения задания предлагаются с укрупненным шрифтом,
- для лиц с нарушением слуха - оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ,
- для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - двигательные формы оценочных средств - заменяются на письменные или устные с исключением двигательной активности.

При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания. При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие индивидуального помощника сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

Подбор и разработка учебных материалов должны производиться с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально.

Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечены учебно-методическими ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Учебно-методические ресурсы по дисциплине размещены на сайте «Электронная образовательная среда КемГИК» (<https://edu2020.kemgik.ru>), которая имеет версию для слабовидящих.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются фонды оценочных средств, адаптированные для

инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

При составлении индивидуального графика обучения необходимо предусмотреть различные варианты проведения занятий: в образовательной организации (в академической группе и индивидуально), на дому с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учебно-методическими ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Подбор и разработка учебных материалов должны производиться с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально. Необходимо создавать текстовую версию любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей, альтернативную версию медиаконтентов, создавать контент, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры).

## **11. Перечень ключевых слов**

### **А**

Антикризисная стратегия  
Арт-менеджмент  
Альтернативные модели

### **Б**

Бизнес-план

### **З**

Закон социального менеджмента  
Здравоохранение

### **И**

Индустрия досуга

### **П**

Принцип менеджмента  
Прогнозирование  
Процессы общественные  
Продукты культуры

### **Р**

Ресурсы социальные

### **С**

Социокультурный менеджмент  
Социальная сфера  
Социальное управление  
Социально-культурные услуги  
Социокультурная среда  
Социализация  
Система  
Стратегическое планирование  
Субъект управления

### **Т**

Технология социально-культурного

|                                      |                                   |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| Инновации                            | менеджмента                       |
| Инновационный менеджмент и маркетинг | Технология маркетинга             |
| <b>К</b>                             | <b>У</b>                          |
| Критерий эффективности               | Управление                        |
| Культурная политика                  | Управленческое решение            |
| Культурная среда                     | Учреждения культуры               |
| <b>М</b>                             | <b>Ц</b>                          |
| Маркетинг социально-культурных услуг | Цель                              |
| Маркетинговая политика               | Целеполагание                     |
| Массовая культура                    |                                   |
| <b>О</b>                             | <b>Э</b>                          |
| Объект управления                    | Эффективное решение               |
|                                      | Эффективное социальное управление |
|                                      | Экономический потенциал культуры  |