

Министерство культуры Российской Федерации
Кемеровский государственный институт культуры
Факультет социально-культурных технологий
Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ НХТ
Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки
51.03.02. «Народная художественная культура»

Профиль подготовки
«Руководство студией декоративно-прикладного творчества»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Формы обучения
Очная, заочная

Кемерово
2023

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура», профилю подготовки «Руководство студией декоративно-прикладного творчества», квалификация (степень) выпускника – бакалавр, утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 марта 2015 г. № 223.

Утверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного университета культуры и искусства «Электронная образовательная среда КемГУКИ» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> 15.04.2015, протокол № 8.

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/> 30.08.2016, протокол № 1.

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/> 29.08.2017, протокол № 1.

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/> 28.08.2018, протокол № 1.

Менеджмент и маркетинг в сфере НХТ [Текст]: рабочая программа дисциплины по направлению подготовки 51.03.02. «Народная художественная культура», профиль подготовки «Руководство студией декоративно-прикладного творчества» квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Сост. М. В. Лазарева. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2023. – 16 с.

Составитель:
М. В. Лазарева

Содержание рабочей программы дисциплины

- 1. Цель освоения дисциплины**
- 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**
- 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**
- 4. Объем, структура и содержание дисциплины**
 - 4.1. Объем дисциплины
 - 4.2. Структура дисциплины
 - 4.3. Содержание дисциплины
- 5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии**
 - 5.1. Образовательные технологии
 - 5.2. Информационно-коммуникационные технологии
- 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**
 - 6.1. Перечень учебно-методического обеспечения СР
 - 6.2. Примерная тематика творческих заданий для самостоятельной работы
 - 6.3. Методические указания для обучающихся по организации СР
- 7. Фонд оценочных средств**
 - 7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости
 - 7.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации и по итогам освоения дисциплины
 - 7.3. Параметры, критерии оценки, требования
- 8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**
- 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**
 - 9.1. Основная литература
 - 9.2. Дополнительная литература
 - 9.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 - 9.4. Программное обеспечение
- 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**
- 11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**
- 12. Список (перечень) ключевых слов**

1. Цели освоения дисциплины: проводить маркетинговые действия для составления прогноза эффективности деятельности этнокультурной организации (проекта), изыскать необходимые финансовые ресурсы для его реализации. Дать целостное, системное представление о составе, структуре, назначении, функциях менеджмента и маркетинга в сфере НХТ.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы бакалавриата: дисциплина отнесена к базовой части образовательной программы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);

– способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОПК-3).

Знать:

- принципы и методы менеджмента (ОК-4);
- методы принятия управленческих решений (ОПК-3);
- принципы и задачи маркетинговой деятельности (ОК-4);
- формирование товарной политики и рыночной стратегии (ОПК-3);
- методы ценообразования (ОК-4);

Уметь:

- накапливать, отбирать и проводить сравнительный анализ идей (ОК-4);
- правильно принимать управленческие решения (ОПК-3);
- иметь навыки комплексного исследования рынка и его сегментации (ОПК-3).
- правильно применять методы ценообразования (ОК-4).

Владеть:

- навыками принятия эффективных управленческих решений (ОПК-3);
- современными методами сбора, обработки и анализа вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации (ОК-4);
- навыками сопоставительного анализа параметров конкурентоспособности товара (ОПК-3);
- навыками расчета цены на товары и услуги (ОК-4).

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины для очной формы обучения составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа. В том числе 36 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 72 часов самостоятельная работа обучающихся. 10,8 часа (30 %) аудиторной работы проводится в интерактивных формах.

Общая трудоёмкость дисциплины для заочной формы обучения составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа. В том числе 8 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 100 часа самостоятельная работа обучающихся. 2 часа (30 %) аудиторной работы проводится в интерактивных формах.

4.1. Структура дисциплины

Тематический план дисциплины для очной формы обучения

№/ №	Наименован ие модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)					
			В сего	Лек ции	Практи ческие занятия	Инд ив. заня тия	В т.ч. ауд. занятия в интерактивн ой форме*	СР С
Раздел 1. Теория менеджмента								
1.1	Теоретические аспекты			4	2		Практичес кое задание	9

	менеджмента в НХТ							
1.2	Управление коммуникациям и в сфере НХТ			2				9
1.3	Разработка управленческих решений			4	2		Семинар-дискуссия	9
1.4	Руководство, власть и личное влияние			4				9
Раздел 2. Основы маркетинга в сфере НХТ								
2.1	Общая характеристика маркетинга, история возникновения и развития			4				9
2.2	Маркетинговые исследования в сфере НХТ			4	2		Практическое задание	9
2.3	Товарная политика организаций в сфере НХТ			4				9
2.4	Ценовая политика организаций сферы НХТ			4				9
	Всего часов в интерактивной форме:		10,8*(30 %)					
	Итого:			30	6			72

4.1.2. Тематический план дисциплины для заочной формы обучения

11.2. Тематический план дисциплины для бакалавров специальности								
№/№	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)					
			Всего	Лекции	Практические занятия	Индив. занятия	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	СРС
Раздел 1. Теория менеджмента								
1.1	Теоретические аспекты менеджмента			2	2		Практическое задание	12
1.2	Управление коммуникациям и в сфере НХТ							12
1.3	Разработка управленческих решений			2				14
1.4	Руководство,							12

	власть и личное влияние							
Раздел 2. Основы маркетинга в сфере НХТ								
2.1	Общая характеристика маркетинга, история возникновения и развития			2				12
2.2	Маркетинговые исследования в сфере НХТ							14
2.3	Товарная политика организаций в сфере НХТ							12
2.4	Ценовая политика организаций сферы НХТ							12
	Всего часов в интерактивной форме:		2*(30 %)					
	Итого:			6	2			100

4.2. Содержание дисциплины

№ п /п	Содержание дисциплины (Разделы. Темы)	Результаты обучения	Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации.
Раздел 1. Теория менеджмента			
1.1.	Тема 1.1. Теоретические аспекты менеджмента. Соотношение понятий «управление» и «менеджмент». Закономерности и принципы управления. Цели и целеполагание в теории управления. Процесс и механизм управления.	Формируемые компетенции: ОК-4 Знать: - принципы и методы менеджмента (ОК-4); Уметь: - накапливать, отбирать и проводить сравнительный анализ идей (ОК-4).	Устный опрос Проверка результатов практических заданий
1.2.	Тема 1.2. Управление коммуникациями в сфере НХТ. Понятие, значение и классификация коммуникаций. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Формальные и неформальные связи.	Формируемые компетенции: ОК-4 Знать: - принципы и методы менеджмента (ОК-4); Уметь: - накапливать, отбирать и проводить сравнительный анализ идей (ОК-4).	Устный опрос
1.3.	Тема 1.3. Разработка управленческих решений. Управленческое решение и его особенности. Классификация управленческих решений. Процесс и методы принятия управленческих решений.	Формируемые компетенции: ОПК-3 Знать: - методы принятия управленческих решений (ОПК-3); Уметь: - правильно принимать управленческие решения (ОПК-3); Владеть: - навыками принятия эффективных управленческих решений (ОПК-3).	Проверка результатов практических заданий
1.4.	Тема 1.4. Руководство, власть и личное влияние. Лидерство и стиль управления. Групповая динамика и конфликты. Власть и авторитет менеджера.	Формируемые компетенции: ОПК-3 Знать: - методы принятия управленческих решений (ОПК-3); Уметь: - правильно принимать управленческие решения (ОПК-3); Владеть:	Устный опрос Тестовый контроль

		- навыками принятия эффективных управленческих решений (ОПК-3).	
Раздел 2. Основы маркетинга в сфере НХТ			
2.1.	Тема 2.1. Общая характеристика маркетинга, история возникновения и развития. Понятие маркетинга, его сущность и его значение в управлении организацией. Цели, задачи, принципы, функции и методы маркетинга. Основные категории маркетинга. Предпосылки возникновения маркетинга. Концепции маркетинга. Этапы становления и развития маркетинга в России.	Формируемые компетенции: ОПК-3 Знать: принципы и задачи маркетинговой деятельности (ОК-4); Уметь: - иметь навыки комплексного исследования рынка и его сегментации (ОПК-3).	Устный опрос
2.2.	Тема 2.2. Маркетинговые исследования в сфере НХТ. Понятие маркетинговых исследований. Основные этапы маркетингового исследования. Виды маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований.	Формируемые компетенции: ОК-4 Знать: принципы и задачи маркетинговой деятельности (ОК-4); Уметь: иметь навыки комплексного исследования рынка и его сегментации (ОПК-3). Владеть: современными методами сбора, обработки и анализа вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации (ОК-4).	Проверка результатов практических заданий
2.3.	Тема 2.3. Товарная политика организаций сферы НХТ. Понятие товара в маркетинговой деятельности. Характеристики товаров. Классификация товаров. Конкурентоспособность и качество товара. Рыночная атрибутика товара. Концепция жизненного цикла товара. Сущность, содержание и способы формирования товарной политики.	Формируемые компетенции: ОПК-3 Знать: формирование товарной политики и рыночной стратегии (ОПК-3); Уметь: иметь навыки комплексного исследования рынка и его сегментации (ОПК-3); Владеть: навыками сопоставительного анализа параметров конкурентоспособности товара (ОПК-3).	Тестовый контроль

2.4.	Тема 2.4. Ценовая политика организаций сферы НХТ. Понятие цены, ее функции и виды. Понятие ценовой стратегии предприятия и ее типы. Методы ценообразования. Сущность и задачи ценовой политики в маркетинге. Процесс разработки ценовой политики.	Формируемые компетенции: ОК-4 Знать: методы ценообразования (ОК-4); Уметь: правильно применять методы ценообразования (ОК-4). Владеть: навыками расчета цены на товары и услуги (ОК-4).	Тестовый контроль
			Зачет

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1 Образовательные технологии

Организация процесса обучения по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в НХТ» 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; направленные на создание, развитие и систематизацию определенных навыков, необходимых для выполнения конкретных учебных задач, в сочетании с усилением мотивации студента относительно совершенствования практической работы.

Лекции, как форма обучения студентов способствуют формированию исходной основы последующего самостоятельного освоения студентами учебного материала.

Особую роль в организации практических занятий играют интерактивные образовательные технологии.

Одним из способов организации обсуждения темы является такой метод интерактивного обучения как семинар-дискуссия. Применительно к данной дисциплине круглый стол используется в процессе освоения темы «Разработка управленческих решений» и темы «Маркетинговые исследования в сфере НХТ». Такая форма проведения интерактивных занятий позволяет обобщить идеи и мнения, относительно тем дисциплины.

В рамках дисциплины предусмотрено практическое занятие по теме «Маркетинговые исследования в сфере НХТ» решение которых подразумевает использование методов «мозгового штурма», которые так же являются интерактивными формами проведения занятий.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос; отчет о выполнении самостоятельной работы; тестирование по всем темам раздела дисциплины, форма аттестации – зачет (устно по вопросам).

5.2 Информационно-коммуникационные технологии обучения

В ходе изучения студентами учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере НХТ» применение электронных образовательных технологий (e-learning) предполагает размещение различных электронно-образовательных ресурсов на сайте электронной образовательной среды КемГИК (<http://edu.kemguki.ru>), отслеживание обращений студентов к ним, а также использование интерактивных инструментов: задание, глоссарий, тест.

Электронно-образовательные ресурсы учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере НХТ» включают так называемые статичные электронно-образовательные ресурсы.

Интерактивный элемент «Задание» позволяет преподавателю наладить обратную связь со студентом 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, небольшие аудио-, видео-файлы. Выполненные задания присылаются студентами в асинхронном режиме (offline); также программными средствами LMS Moodle предусмотрена возможность отправки заданий в режиме online. После проверки выполненного задания преподавателем выставляется отметка, видимая студенту в элементе «Оценки»; результат проверки работы может быть представлен и в виде рецензии или комментариев преподавателя.

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 студентами дисциплины именно тесты используются как одно из основных средств объективной оценки знаний

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы (СР) обучающихся

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СР

Организационные ресурсы

- Тематический план дисциплины

Учебно-практические ресурсы

- Примеры выполнения практических заданий, творческого задания

Учебно-методические ресурсы

- Методические указания студентам к выполнению самостоятельной работы

Учебно-библиографические ресурсы

- Список рекомендуемой литературы

- Перечень полезных ссылок

6.2. Методические указания для обучающихся по организации СР

Самостоятельная работа студента является неотъемлемой частью учебного процесса в вузе. Лекционный курс по введению в профессию не охватывает всего содержания учебной дисциплины, поэтому успешное освоение данного предмета требует систематической целенаправленной самостоятельной учебной работы студента. Такая работа, являясь важным условием глубокого освоения учебной дисциплины, способствует формированию у студента системы представлений о социально-культурной анимации и рекреации как сфере профессиональной деятельности, а также навыков исследовательской работы.

В процессе выполнения учебно-исследовательских заданий студенты учатся самостоятельно работать с учебной, научной, справочной, периодической и другой литературой. Содержание самостоятельной работы студентов по данной дисциплине направлено на:

- формирование и развитие умений поиска информации, отбора и систематизации материалов, фиксирования информации (подготовка тезисов, конспектов и др.);
- развитие способностей к самостоятельному анализу и критическому оцениванию источников информации;
- формирование и совершенствование навыков публичного выступления.

Содержание самостоятельной работы студентов

Темы для самостоятельной работы студентов	Количество часов		Виды и содержание самостоятельной работы студентов
	Для очной формы обучения	Для заочной формы обучения	
Раздел 1. Теория менеджмента			
1.1. Теоретические аспекты менеджмента	9	12	Подготовка тезисов – цитат, подготовка к дискуссии
1.2. Управление коммуникациями в сфере НХТ	9	12	Подготовка к участию в работе круглого стола, построению дерева целей, подготовка к выполнению практического задания
1.3. Разработка управленческих решений	9	14	Подготовка к участию в беседе в ходе лекции, составление перечня ключевых понятий по теме, подготовка к выполнению практических заданий.

1.4. Руководство, власть и личное влияние	9	12	Составление свободного конспекта, подготовка тезисов – цитат составление перечня ключевых понятий по теме.
Раздел 2. Основы маркетинга в сфере НХТ			
2.1. Общая характеристика маркетинга, история возникновения и развития	9	12	Составление хронологического конспекта, подготовка сообщений, составление перечня ключевых понятий по теме, подготовка к фронтальному опросу
2.2. Маркетинговые исследования в сфере НХТ	9	14	Составление тематического конспекта, составление перечня ключевых понятий по теме, подготовка к фронтальному опросу
2.3. Товарная политика организаций в сфере НХТ	9	12	Составление формализованного конспекта, подготовка к выполнению творческих заданий, подготовка к фронтальному опросу, составление перечня ключевых понятий по теме.
2.4. Ценовая политика организаций сферы НХТ	9	12	Составление хронологического конспекта, подготовка сообщений, составление перечня ключевых понятий по теме, подготовка к фронтальному опросу
ВСЕГО:	72	100	

В практике высшего образования сложилось множество видов и форм самостоятельной работы студентов; при изучении дисциплины «Менеджмент и маркетинг в НХТ» основными видами самостоятельной работы студентов являются: подготовка конспектов при работе с литературой; составление аннотированного списка литературы; составление перечня ключевых понятий по теме; подготовка тезисов – цитат; подготовка выступлений, сообщений, докладов; выполнение тестовых заданий, подготовка к собеседованию с преподавателем по заданным вопросам, темам.

Самостоятельная работа студента является обязательным видом его учебной работы, которая выполняется в соответствии с выданным преподавателем заданием и в отведенные сроки.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Описания практически заданий, задания в тестовой форме и критерии оценивания представлены в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины, размещенном в электронной образовательной среде КемГИК по web-адресу: <http://edu.kemguki.ru/>

7.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Задания для промежуточной аттестации (в тестовой форме) и критерии оценивания представлены в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины, размещенном в электронной образовательной среде КемГИК по web-адресу <http://edu.kemguki.ru>

7.3. Критерии оценивания

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации **в форме зачета** определяются «зачтено», «не зачтено».

«**Зачтено**» выставляется, если обучающийся достиг уровней формирования компетенций: **продвинутый, повышенный, пороговый**; обучающийся знает курс на уровне лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной, научной и методологической литературы, умеет привести разные точки зрения по излагаемому вопросу.

«**Не зачтено**» соответствует **нулевому уровню формирования компетенций**;

обучающийся имеет пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

При использовании 100-балльной шкалы оценивания при промежуточной аттестации, знания, умения и навыки обучающихся определяются в данной шкале и переводятся в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено».

Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме зачета

Уровень формирования компетенции	Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Пороговый и выше	Зачтено	60	100
Нулевой	Не зачтено	0	59

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа бакалавров является важнейшей формой обучения, способствует не только глубокому усвоению дисциплины, но и формированию навыков исследовательской работы. В процессе выполнения заданий бакалавры учатся самостоятельно пользоваться нормативной документацией, справочной, периодической и другой литературой. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Самостоятельная работа является неотъемлемым элементом учебного процесса, одним из основных методов освоения учебных дисциплин и овладения навыками профессиональной и научно-исследовательской деятельности. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки магистров. Следует отметить, что самостоятельная работа бакалавров эффективна, если является целенаправленной, систематической и планомерной.

Для более глубокого формирования компетенций используется несколько видов самостоятельной работы: аудиторную и внеаудиторную.

Аудиторная самостоятельная работа включает:

- определение основных понятий;
- конспектирование основного содержания лекции;
- анализ презентационного материала;
- обобщение, сравнение с ранее изученным материалом, выделение нового;
- выполнение практических заданий;
- решение тестов.

Внеаудиторная самостоятельная работа включает:

- составление аннотированного списка статей из журналов по темам дисциплины;
- изучение социологических исследований по материалам периодических изданий;
- анализ научных публикаций, общей и специальной литературы, подготовка заключения по обзору;
- подготовку к выполнению практических заданий, в соответствии с планом самостоятельной работы;
- работа по решению ситуативных задач и заданий;
- подготовку к тестированию;
- подготовку к выполнению контрольной работы по выбранной теме;
- проверку и уточнение усвоенных ранее знаний при подготовке к зачету, экзамену.

Для более полного понимания основных проблем теории и практики менеджмента можно порекомендовать следующее:

- работа с учебниками и специальной литературой, изучение публикаций в научных журналах;
- при работе с литературой следует вести запись основных положений (конспектировать отдельные разделы, выписывать новые термины и раскрывать их содержание);
- необходимо проработать ряд литературных источников и, прежде всего учебные пособия, в которых наиболее полно отражены и систематизированы узловые вопросы курса.

Проведение практических занятий с применением методов интерактивного обучения способствует активизации студентов; пробуждают интерес к занятиям, что способствует эффективному усвоению учебного материала; установлению общения между студентами, обучению работы в команде; проявлению терпимости к иной точке зрения; уважению права каждого на свободу слова, его достоинства и формированию профессиональных навыков и компетентности студента.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Основная литература

1. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры [Текст]: учебное пособие / Г. Л. Тульчинский и Е. Л. Шекова. - 4-е изд., испр. и доп. - Санкт-Петербург: Лань; Санкт-Петербург : Планета музыки, 2009. - 544 с.
2. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусств [Текст]: учебное пособие / М. П. Переверзев и Т. В. Косцов; Под ред. М. П. Переверзев. - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 191 с.

3. Слаутина, Н. М., Лазарева, М. В. Маркетинг в сфере культуры [Текст]: учебно-методическое пособие / Н. М. Слаутина, М. В. Лазарева. – Уфа, Фэтерна, 2016, - 86 с.

9.2. Дополнительная литература

4. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом [Текст]: учебное пособие / Т. Ю. Базаров – Москва Академия, 2003. – 224 с.
5. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры [Текст]: учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов и Т. Е. Лохина. - Санкт-Петербург: Планета музыки; Санкт-Петербург: Лань, 2010. - 381 с.
6. Чижилов, В. М. Введение в социокультурный менеджмент: Учебное пособие / В. М. Чижилов и В. В. Чижилов. - Москва : МГУКИ, 2003. - 382 с.

9.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Федерального агентства по туризму. Министерство культуры РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.russiatourism.ru.

9.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы

Вуз располагает необходимыми техническими средствами и программным обеспечением:

Технические средства обучения:

- для лекции - мультимедийный проектор, персональный компьютер, экран, акустическая система, подключенный к сети Интернет.
- для практических (лабораторных) работ - компьютерный класс, подключенных к сети Интернет
- для самостоятельных работ - персональный компьютер, подключенный к сети Интернет

Программное обеспечение:

- лицензионное программное обеспечение:
- Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP);
- Офисный пакет – Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

- Офисный пакет – LibreOffice;
- Браузер - Mozilla Firefox (Internet Explorer).

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- Консультант Плюс.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные и практические занятия проводятся в учебных аудиториях, оснащенных мультимедийным комплексом, экраном. Для проведения текущего тестового контроля и промежуточной аттестации необходима аудитория, оборудованная персональными компьютерами, подключенными к сети Интернет.

11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

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

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

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья - устанавливаются 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.

12. Список ключевых слов

Анкетирование
Бизнес – маркетинг
Вертикальное разделение труда
Внешняя мотивация
Внутренняя мотивация
Горизонтальное разделение
Делегирование
Демократический стиль управления
Децентрализация
Дивизиональная структура
Единоначалие
Емкость рынка
Жизненный цикл
Иерархические структуры
Инновационный менеджмент

Организация общественного выбора
Персональные продажи
Поведение потребителей
Позиционирование товара
Полевое исследование
Потребительский маркетинг
Потребность
Принципы маркетинга
Принципы управления
Принятие управленческого решения
Прогнозирование
Продажа
Проектирование
Промышленный маркетинг
Реклама

Информационные технологии;
Исследования маркетинга
Кабинетное исследование
Каналы распределения
Коллегиальные решения
Коммуникации маркетинга
Конкурентное предложение
Конкурентоспособность товара
Конкуренция
Контроль
Конфликт
Концепции маркетинга
Конъюнктура рынка
Маркетинг
Маркетинг – микс
Международный маркетинг
Менеджер;
Менеджмент
Методы управления
Моделирование поведения потребителей
Мотивация
Нужда
Обеспечение выбора потребителей
Обмен
Организационная деятельность
Организационная структура

Руководство организацией
Рыночная новизна товара
Самоконтроль
Сбытовая политика
Сегментация рынка
Служба маркетинга
Спрос
Стратегия маркетинга
Структура управленческих решений
Типы маркетинга
Товарная марка
Товарная политика
Торговые посредники
Убеждение
Упаковка
Управление маркетингом
Управление персоналом
Уровень руководства
Финансовый маркетинг
Фирменный стиль
Функции маркетинга
Целевой рынок
Целеполагание
Ценовая политика