

ДЕПАРТАМЕНТ КУЛЬТУРЫ ГОРОДА МОСКВЫ

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
города Москвы

«Московский театральный колледж имени Л.А. Филатова»

ОДОБРЕНА

ПЦК

социально-культурной деятельности

(Протокол от 28.06.2022 № 15)

Председатель ПЦК М.С. Максимова

СОГЛАСОВАНО:

Зам. директора

по учебно-методической работе

И.А. Ковалева И.А. Ковалева

«27» июне 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ г. Москвы

«МТК имени Л.А. Филатова»

В.А. Жибцов В.А. Жибцов

«28» июня 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03

МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

для студентов III – IV курса

Специальность 51.02.02 Социально-культурная деятельность
(по видам)

Основание: Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам) (Приказ Минобрнауки России от 27.10.2014 № 1356)
Учебный план ГБПОУ г. Москвы «МТК имени Л.А. Филатова» по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)

Составители: Чернова О.В., преподаватель высшей квалификационной категории ГБПОУ г. Москвы «МТК имени Л.А. Филатова»
Муравьева А.В., преподаватель первой квалификационной категории ГБПОУ г. Москвы «МТК имени Л.А. Филатова»
Прохоркина Р.С., преподаватель первой квалификационной категории, заведующий производственной практикой ГБПОУ г. Москвы «МТК имени Л.А. Филатова»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 . УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	30
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	35

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)**

в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Менеджмент в социально-культурной сфере:

и соответствующих профессиональных компетенции (ПК):

ПК 3.1. Обеспечивать эффективное функционирование и развитие учреждения социально-культурной сферы.

ПК 3.2. Использовать знание в области предпринимательства в профессиональной деятельности.

ПК 3.3. Участвовать в финансово-хозяйственной деятельности учреждений социально-культурной сферы.

ПК 3.4. Работать с коллективом исполнителей, соблюдать принципы организации труда.

ПК 3.5. Использовать информационные и телекоммуникационные технологии в профессиональных целях.

ПК 3.6. Соблюдать этические и правовые нормы в сфере профессиональной деятельности.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области группы специальностей среднего профессионального образования «Культуроведение и социокультурные проекты» при наличии среднего общего образования.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- руководства учреждением культуры (структурным подразделением), составления планов и отчетов его работы;
- подготовки документов бухгалтерского учета;
- работы с прикладными компьютерными программами;
- работы с нормативно-правовой документацией;

уметь:

- использовать нормативно-управленческую информацию в своей деятельности;

- организовывать, анализировать и оценивать работу коллектива исполнителей, учреждения культуры;
- находить оптимальные варианты при решении управленческих и хозяйственных задач;
- составлять планы и отчеты;
- решать организационные задачи, стоящие перед коллективом;
- осуществлять контроль за работой кадров;
- составлять документы бухгалтерского учета;
- использовать программное обеспечение в профессиональной деятельности;
- применять компьютеры и телекоммуникационные средства;
- использовать нормативные правовые документы в работе;
- защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством;
- осуществлять сотрудничество с органами правопорядка и социальной защиты населения;

ЗНАТЬ:

- сущность и характерные черты современного менеджмента, внешнюю и внутреннюю среду организации;
- цикл менеджмента, стратегические и тактические планы в системе менеджмента;
- структуру организации, систему методов управления;
- принципы организации работы коллектива исполнителей, роль мотивации и потребностей;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- принципы руководства (единоначалие и партнерство), стили руководства;
- особенности менеджмента в социально-культурной сфере, систему и структуру управления культурой;
- основные этапы управленческой деятельности в сфере культуры;
- цели и задачи управления учреждениями культуры;
- принципы организации и анализ работы коллектива исполнителей и учреждения культуры;
- систему управления трудовыми ресурсами, планирование потребности в трудовых ресурсах;
- принципы отбора кадров, профессиональной ориентации и социальной адаптации в коллективе;
- методики оценки результатов деятельности, контроля за деятельностью кадров;
- понятие и принципы маркетинга, рынок как объект маркетинга, сегментацию рынка;
- суть маркетинговой деятельности учреждения культуры, поиск рыночной ниши, правила создания новых услуг;
- ценовую и сбытовую политику учреждения, цели и виды продвижения услуг, способы стимулирования сбыта, значение рекламы;
- стратегическое маркетинговое планирование;
- законодательные и нормативные акты Российской Федерации по бухгалтерскому учету и аудиту;

- основы бухгалтерского учета, его виды и задачи, объекты учета;
- первичные учетные документы, их реквизиты, сводную учетную документацию;
- процесс регулирования бухгалтерского учета;
- порядок и сроки проведения инвентаризации имущества и обязательств;
- состав и формы бухгалтерской отчетности, периодичность, адреса и сроки ее представления;
- условия хранения документов бухгалтерского учета;
- основные принципы, методы и свойства информационных и телекоммуникационных технологий;
- прикладное программное обеспечение и информационные ресурсы профессиональной деятельности;
- возможности использования сети Интернет и других сетей в профессиональной деятельности;
- историю и современное состояние законодательства о культуре;
- основные законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие трудовые отношения;
- права и обязанности работников социально-культурной сферы;
- правовые принципы деятельности учреждений социально-культурной сферы.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего – **771** час

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **699** часа, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 466 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 233 часа;
производственной практики – **72** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Обеспечивать эффективное функционирование и развитие учреждения социально-культурной сферы
ПК 2.2.	Использовать знание в области предпринимательства в профессиональной деятельности
ПК 3.3.	Участвовать в финансово-хозяйственной деятельности учреждений социально-культурной сферы
ПК 3.4.	Работать с коллективом исполнителей, соблюдать принципы организации труда
ПК 3.5.	Использовать информационные и телекоммуникационные технологии в профессиональных целях
ПК 3.6.	Соблюдать этические и правовые нормы в сфере профессиональной деятельности
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.03 «Менеджмент в социально-культурной сфере»

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1 – 3.6	Раздел 1. Овладение навыками руководства учреждением (структурным подразделением) культуры и организации его эффективного функционирования	591	394	122	-	197	-	-	-
ПК 3.1 – 3.6	Раздел 2. Формирование информационной и правовой культуры менеджера социально-культурной деятельности	108	72	46	-	36	-	-	-
ПК 3.1 – 3.6	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	72							72
	Всего:	771	466	168	-	233	-	-	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю «Менеджмент в социально-культурной сфере» (ПМ.03)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.03.01. МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ			
Раздел 1. Овладение навыками руководства учреждением (структурным подразделением) культуры и организации его эффективного функционирования			
Тема 1. Менеджмент в социально-культурной сфере		132	
Тема 1.1. Определение менеджмента. Цель и задачи	Содержание	4	
	<i>Определение менеджмента.</i> Субъекты менеджмента. Менеджер как человек, профессионально занимающийся управленческой деятельностью. Уровни менеджмента. Менеджеры высшего, среднего и низшего уровня (или звена).		1
	<i>Виды менеджмента:</i> финансовый, стратегический, инновационный, производственный, персональный, управление персоналом, менеджмент снабжения; экологический, менеджмент маркетинга, внешнеэкономическая деятельность,.		2
	<i>Задачи менеджмента:</i> создание конкурентоспособности организации; эффективное использование персонала организации; эффективное использование маркетинговых технологий; разработка ресурсосберегающих технологий и технологий, направленных на защиту окружающей среды.		3
	<i>Цель менеджмента</i> – обеспечение гармонии в развитии организации, эффективное функционирование всех внутренних и внешних элементов организации.		2
	Современные методы изучения менеджмента.		1
Тема 1.2. Сущность, характерные черты современного менеджмента	Содержание	4	
	Основные факторы, влияющие на становление и развитие менеджмента. <i>Современные подходы в управлении.</i> Процессный подход в управлении. Первичные функции управления: планирования, организации, мотивации и контроля. Процесс коммуникации и принятия решений. Системный подход в управлении. Программно-целевой подход в управлении. Ситуационный подход.		2
	<i>Принципы управления.</i> Определение и классификация. Принцип целенаправленности. Принцип ответственности. Принцип компетентности. Принцип дисциплины. Принцип стимулирования. Принцип иерархичности.		2
Тема 1.3. Внешняя и внутренняя среда организации	Содержание	8	
	<i>Организация.</i> Определение: «Организация – это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей» (Ф. Тейлор). Организация – объект и основа менеджмента. Объект управления. Субъект управления. Прямая связь. Обратная связь. Система управления.		2
	<i>Формы организаций</i> и их признаки. Юридическое лицо – зарегистрировано, имеет печать, расчетный счет в банке. Неюридическое лицо – подразделения организаций (не зарегистрировано). Неюридическое лицо – предприниматель без организации юридического лица (зарегистрировано). Неформальная организация граждан.		
	<i>Внутренняя среда организации.</i> Цель. Задачи. Структура организации. Технология. Персонал. Финансы. Корпоративная культура (субъективная и объективная).		2
	<i>Внешняя среда организации.</i> Факторы внешней среды: прямого и косвенного воздействия. Среда прямого воздействия: потребители, поставщики, конкуренты, законы и государственные органы, профсоюзы. Среда косвенного воздействия: состояние экономики, научно-технический прогресс, политика, социальные факторы,	2	

	международные события.		
Тема 1.4. Цикл менеджмента	Содержание	22	
	<i>Составляющие цикла менеджмента. Функции управления: планирования, организации, мотивации и контроля.</i>		1
	<i>Принципы построения организационной структуры управления: цели и задачи организации. Формальные и неформальные организации. Формальные организации: простые (одна цель) и сложные (многоцелевые). Главные черты организации.</i>		2
	<i>Построение организации. Принципы построения при выборе организационной структуры: оперативность, надежность, оптимальное число звеньев в структуре, четкость распределения функций, гибкость, экономичность. Задачи при построении организации: разработка определенной структуры; постановка целей; разработка системы взаимодействия менеджеров и исполнителей решений; учет масштаба управляемости.</i>		2
	<i>Разделение и кооперация труда. Вертикальное – разделение труда по вертикали власти. Горизонтальное, функциональное, технологическое и квалификационное разделение труда. Норма управляемости.</i>		2
	<i>Типы структур организации по взаимодействию с внешней средой: механические и органические. Два подхода к построению организации: механистический (бюрократический) и адаптивный (органический). Структуры управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная. Их характеристика, сущность, преимущества и недостатки.</i>		2
	<i>Планирование: основные стадии планирования, стратегический и тактический планы. Формы и задачи планирования, понятие. Принципы планирования: единства; участия; непрерывности; точности.</i>		2
	<i>Виды планов. Основные стадии планирования. Классификация внутренних планов. Этапы планирования: постановка задач; постановка плана; реализация планового решения.</i>		2
	<i>Стратегическое планирование. Этапы стратегического планирования. Миссия организации. Цель. Требования к целям организации. Оценка и анализ внешней среды. Порядок оценки и анализа сильных и слабых сторон организации. Изучение стратегических альтернатив. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Реализация стратегического плана. Тактика. Процедура. Правило. Управление реализацией стратегического плана. Оценка стратегического плана: количественные критерии; качественные критерии.</i>		2
	<i>Тактическое (текущее) планирование. Определение. Основные этапы тактического планирования. Бизнес-план. Разделы бизнес-плана. Оценка текущего плана.</i>		2
	<i>Мотивация: критерии, виды, ступени мотивации. Мотивация и критерии мотивации труда. Индивидуальная и групповая мотивация. Ступени мотивации. Классификация теорий мотивации. Потребности и мотивационное поведение. Правила работы с группой. Социальные потребности. Потребности в уважении. Потребности в самовыражении. Полномочия и ответственность (исполнительская и управленческая). Сущность делегирования. Правила и принципы делегирования.</i>		2
<i>Контроль в организации. Понятие контроля, задачи. Классификация контроля. Виды контроля: предварительный, текущий и заключительный. Три этапа контроля. Характеристика эффективного контроля. Правила контроля. «Управленческая пятерня».</i>	2		
Тема 1.5. Особенности менеджмента в сфере культуры	Содержание	34	
	<i>Общие проблемы управления социокультурной сферой. Специфика культуры как поля управленческой и хозяйственной деятельности. Особенности работы учреждений культуры: кадры, ценности, мотивации. Традиции и новации. Культурные инфраструктуры. Информационный менеджмент: миссия, цели и задачи. Нормативный ресурс. Документально-правовые основы. Положение и устав учреждения. Текущая документация. Кадровый ресурс социально-культурной деятельности. Подготовка кадров. Характеристика организационных способностей руководителя социокультурного учреждения. Финансовый ресурс. Финансирование социокультурных учреждений.</i>		2

	<p>Бюджетное, общественно-добровольное, частное финансирование. Платные услуги в социокультурных учреждениях. Коммерческий сектор в культурно-досуговой сфере. Материально-технический ресурс социально-культурной деятельности. Оформление и оборудование учреждений. Взаимодействие учреждений социокультурной сферы при решении комплексных социокультурных проблем.</p> <p><i>Организационно-экономические условия менеджмента в сфере культуры.</i> Предмет, принципы и задачи курса экономики социально-культурной сферы; экономическая политика и система социальной защиты; экономическое пространство социально-культурной сферы; бюджетное финансирование; льготы; налогообложение; благотворительное финансирование; хозрасчетная деятельность; оплата труда специалистов. Коммерческая деятельность учреждений культуры. Понятие «коммерческая деятельность» учреждений культуры. Основные направления деятельности учреждений культуры в условиях рынка. Планирование коммерческой деятельности учреждений культуры. Механизм реализации планов коммерческой деятельности учреждений культуры. Взаимодействие коммерческой и творческой деятельности в учреждениях культуры. Механизмы финансирования и ценообразования в культуре. Технологии предпринимательства и экономического обеспечения в социально-культурной сфере: спонсорство (фандрайзинг), благотворительность, меценатство и др.</p>		
Тема 1.6. Арт-менеджмент как самостоятельная сфера деятельности	<p>Содержание</p> <p>Понятие «арт-менеджмента», «арт-индустрии». Жанры, виды и формы организации искусства и историческая ретроспекция их развития. Возникновение системы управления производственными процессами в искусстве. Основные механизмы управления менеджмента арт-индустрии. Особенности системного и внесистемного подходов к созданию и реализации продуктов деятельности арт-менеджера. Стратегия и тактика технологий арт-менеджмента. Сбытовая политика. Технологические цепочки и конвейер производства в арт-индустрии. Структура производства и потребления продуктов искусства. Базовые категории рынка и рыночных отношений в арт-индустрии. Структура и технологии планирования деятельности арт-менеджера. Современное состояние искусства и его влияние на содержание деятельности арт-менеджера. Профессиональные функции и обязанности арт-менеджера. Система мировой арт-индустрии. Место и назначение российского арт-менеджмента. Механизмы финансирования в сфере арт-индустрии. Современные методы и подходы к вопросу диверсификации продуктов деятельности в арт-индустрии.</p>	12	1
Тема 1.7. Профессиональная компетентность менеджера социально-культурной деятельности	<p>Содержание</p> <p>Профессиональное мастерство специалиста. Самореализация личности и профессиональное мастерство. Характеристика компонентов мастерства специалиста социокультурной сферы. Психолого-педагогические условия формирования профессиональных качеств специалиста социокультурной сферы. Социальный статус: профессиональная компетентность, высокая квалификация. Структура профессионального мастерства (технологическая, социально-психологическая и психолого-педагогическая подсистемы). Юридический, экономический статус специалиста. Основные подходы к формированию профессиональной направленности и профессионального мышления: целостный подход (осознание необходимости общекультурного развития, расширение общего кругозора); деятельностный подход и профессионализация обучения; индивидуально-творческий подход.</p>	4	2
Тема 1.8. Учет, отчетность и контроль в учреждениях культурной сферы	<p>Содержание</p> <p><i>Сущность значение учета, отчетности и контроля.</i> Виды учета и отчетности, требования к их организации. Понятие и сущность учета, отчетности и контроля. Требования к системе учета и отчетности. Виды учета и отчетности. Два вида текущего отчета: качественный и количественный. Документы текущего отчета. Учет уровня и эффективности проводимой работы – качественный учет. Статистический учет и отчетность. Задачи творческого отчета. Требования к мероприятиям в качестве творческого отчета.</p>	8	2

	<p><i>Технология контроля в учреждениях культуры.</i> Контроль над результатом и контроль над процессом работы. Основные виды контроля: ведомственный, государственный, общественный контроль, контроль со стороны граждан, самоконтроль. Средства и формы контроля. Совещания, рейды, инспекторские проверки (ревизии). Организация (этапы) проведения ревизии. Задачи организационно-подготовительного этапа: определение круга исполнителей, разработка плана проверки, информационное обеспечение, методическое обеспечение и инструктаж. Задачи этапа проведения проверки: представление, знакомство с документами, беседы, наблюдения, подготовка итогового документа. Этап принятия организационных мер по итогам проверки.</p>		2
	<p>Практические занятия</p> <p>Система механизмов менеджмента. Определение миссии организации на примере конкретной ситуации. Организация: ее внутренние и внешние переменные. Анализ цикла менеджмента организации культуры. Построение дерева целей организации на примере конкретной ситуации. Разработка этапов планирования в учреждениях культурной сферы. Разработка плана-схемы отчета организации культуры. Система разработки организационных документов (Устав, Положение, Договор, Должностная инструкция) в учреждениях культуры.</p>	36	
	<p>Примерная тематика домашних заданий</p> <p>Сущность менеджмента, его место в общей теории управления. Школы менеджмента. Организация как объект менеджмента. Возрастание роли менеджмента в достижении целей организации. Общие характеристики организаций: ресурсы, внешняя среда, процесс разделения труда, составляющие успеха. Эффективное использование всех видов ресурсов – главное условие выживания в рыночной экономике. Функции менеджмента, их неразрывная связь и взаимообусловленность. Развитие принципов менеджмента в условиях совершенствования рыночных отношений. Административное, социально-психологическое и экономическое управление. Виды и содержание планов в сфере культуры. Стратегическое планирование (на примере каких-либо учреждений культуры). Арт-менеджмент. Учет и отчетность в сфере культуры. Система контроля в учреждениях культуры.</p>	—	

Тема 2. Управление персоналом		92	
<p>Тема 2.1. Система методов управления</p>	Содержание	4	
	<p>Понятие «персонал», «субъекты», «объекты управления персоналом». Исторически сложившиеся школы управления персоналом. Цели, аспекты управления.</p>		1
	<p><i>Общая характеристика методов управления персоналом:</i> экономические, организационно-распорядительные, социально-психологические.</p>		2
	<p><i>Экономические методы.</i> Экономические методы управления на макро- и микроуровне. Экономические методы на уровне организации – разработка в организации бюджета на планируемый год. Хозяйственный расчет. Самоокупаемость предприятия. Самофинансирование.</p>		2
	<p><i>Организационно-распорядительные методы управления.</i> Организационные воздействия. Распорядительные воздействия. Дисциплинарная ответственность и взыскания.</p>		
	<p><i>Социально-психологические методы управления персоналом.</i> Социологические методы. Психологические методы. Способы психологического воздействия: внушение, убеждение, подражание, вовлечение (участие), побуждение, принуждение, осуждение, требование, запрещение, командование, похвала, просьба, совет.</p>		2

Тема 2.2. Управленческие решения	Содержание	8	
	<i>Управленческое решение.</i> Классификация управленческих решений. Детерминированные и вероятностные, регламентирующие, ориентирующие и рекомендуемые; долго-, средне- и краткосрочные решения; стандартные и творческие; общие и специализированные; единоличные, коллегиальные и коллективные; по сложности: простые и сложные; по способу доведения решения: устные и письменные; по источнику возникновения: внешние, внутренние одноцелевые, многоцелевые экономические, технические, социальные, организационные; решения по коммерческой деятельности, планово-экономические, финансовые, по работе с персоналом; оперативные, тактические, стратегические.		2
	<i>Общие требования к принимаемым решениям:</i> минимальное число корректировок; сбалансированность прав и обязанностей менеджера; единство распорядительства; строгая согласованность; обоснованность, конкретность, полномочность, своевременность.		2
	<i>Уровни принятия решений:</i> рутинный; селективный; адаптационные решения; инновационные решения.		2
	<i>Подходы к принятию управленческих решений:</i> интуитивный подход; решение, основанное на суждениях; рациональное решение.		2
	<i>Факторы, влияющие на процесс принятия решения.</i>		2
	<i>Этапы принятия управленческого решения:</i> 1. Фаза подготовки управленческого решения. Постановка задачи. Разработка вариантов решения. 2. Фаза принятия решения. Анализ предлагаемого варианта Выбор оптимального варианта. 3. Фаза организации выполнения решения. Доведение задания до исполнителей. Этап формирования организационного плана. Организация контроля за исполнением решения.		2
	<i>Методы оптимизации управленческих решений</i>		2
Тема 2.3. Управление конфликтами и стрессами	Содержание	4	
	Конфликты в коллективе как органическая составляющая жизни организации. Сущность и классификация конфликтов. <i>Виды конфликтов:</i> внутриличностный, межличностный; конфликт между личностью и группой, межгрупповой конфликт.		2
	<i>Причины возникновения конфликтов.</i> Стадии развития конфликтов. Типичные конфликтные ситуации.		2
	<i>Правила поведения в конфликте. Методы управления конфликтами.</i> Структурные методы разрешения конфликтов. Межличностные методы разрешения конфликтов. Последствия конфликтов: позитивные (функциональные) и негативные (дисфункциональные). Взаимосвязь конфликта и стресса. Пути предупреждения стрессовых ситуаций.		3
Тема 2.4. Принципы руководства. Лидерство	Содержание	6	
	<i>Типы структуры организации,</i> подчиненность сотрудников. Концепция управления персоналом. Структура системы управления персоналом. Правовое, техническое, информационное обеспечение системы управления персоналом.		2
	<i>Управление человеком и управление группой.</i> Условия эффективного использования влияния в управлении. Формы влияния Влияние руководителя в организации Понятие руководства и власти.		
	<i>Формы власти.</i> Новые формы власти: власть информационная, власть ресурсная. Власть, основанная на принуждении. Власть, основанная на вознаграждении. Экспертная власть. Эталонная власть (власть примера). Харизма – власть, построенная на силе личных качеств или способностей лидера. Законная власть. Информационная власть. Ресурсная власть. Партнерство. Искусство строить отношения с сотрудниками. Имидж (образ) менеджера. Репутация. Формирования репутации руководителя в обществе.		2
	<i>Лидерство.</i> Понятие лидерства. Общие аспекты в деятельности лидера и руководителя: Источники лидерства. Качества, стимулирующие личность. Типы лидерства (деловое, эмоциональное, ситуативное). Модели лидерства («Один из нас», «Лучший из нас», «Воплощение добродетели», «Оправдание ожиданий»). Черты лидера. Концепции лидерства.		2

Тема 2.5. Самоменеджмент	Содержание	4	
	<i>Планирование работы менеджера.</i> Кольцо «самоменеджмента»: постановка целей; планирование; определение приоритетов по предстоящим делам; составление распорядка дня и организация трудового процесса; самоконтроль и корректировка целей. Объединяющая функция – работа с информацией.		2
	<i>Креативность менеджеров:</i> теоретико-методические аспекты, креативность личности: сущность и факторы развития, диагностика и особенности развития креативности менеджеров; креативный менеджмент как системообразующий фактор креативности потенциала коллектива.		2
Тема 2.6. Стили управления	Содержание	6	
	<i>Стили управления:</i> авторитарный, демократический; либеральный, смешанный.		1
	<i>Авторитарный стиль управления.</i> Характерные черты: жесткое единоначалие принятия руководителем всех решений; жесткий постоянный контроль («максимум контроля»); отсутствие интереса к работнику как личности. Целесообразность и оправданность его применения – критические ситуации.		2
	<i>Демократический (коллегиальный) стиль управления.</i> Характерные черты: принятие решений на основе обсуждения проблемы, учета мнений сотрудников («максимум демократии»); выполнение решений контролируется руководителем и самими сотрудниками; проявление интереса к личности сотрудников с учетом их интересов, потребностей и особенностей. Условия реализации демократического стиля: высокие интеллектуальные, организаторские и коммуникативные способности руководителя.		2
	<i>Либеральный (нейтральный) стиль руководства:</i> максимумом демократии, «минимумом контроля».		2
	<i>Смешанный (партиципативный) стиль управления.</i> Основные характерные черты: регулярные совещания руководителя с подчиненными; открытость в отношениях; вовлеченность подчиненных в разработку и принятие организационных решений; делегирование руководителем ряда полномочий и прав подчиненным; создание особых групповых структур, наделенных правом самостоятельного принятия решений («группы контроля качества»); участие рядовых работников как в планировании, так и в осуществлении организационных изменений; предоставление работнику возможности автономно разрабатывать проблемы, новые идеи.		2
Тема 2.7. Особенности управления персоналом в сфере культуры	Содержание	14	
	<i>Характеристика кадров организаторов культурной деятельности.</i> Требования к работникам сферы культуры и проблемы их подготовки. Персонал учреждений культуры. Кадровая политика организации. Общие и универсальные требования к работникам сферы культуры. Содержание и методы подбора компетентного персонала. Работа с информацией о кандидатах. Требования к расстановке кадров. Принятие решения о найме и оформление соответствующих документов. Санкции. Система последовательных действий мер воздействий на персонал.		2
	<i>Особенности деятельности менеджера культурной деятельности.</i> Специфические требования, обусловленные особенностями культурной деятельности и ее конкретных субъектов. Профессионализм и компетентность. Показатели профессиональной компетентности менеджера социально-культурной деятельности. Взаимосвязь знаний и деятельности менеджера. Виды знаний, определяющие компетентность менеджера. Структура профессиональной компетентности. Профессиональное мышление менеджера. Типы мышления. Этические нормы менеджера социально-культурной деятельности. Взаимоотношения менеджера и исполнителя. Этика взаимоотношений менеджера с представителями. Этика отношений: менеджер – менеджер. Условия формирования инновационной личности менеджера. Характеристика мотиваций традиционной и инновационной личности менеджера. Роль рыночных отношений на формирование инновационной личности.		2
	<i>Система повышения квалификации и аттестация кадров.</i> Оценка и аттестация. Виды оценок. Основные методы оценки. Аттестация как фактор, стимулирующий у работников потребность в повышении квалификации. Технология аттестации кадров. Итоги аттестации: система мер поощрения, предупреждения и наказания. Переподготовка и		2

	<p>повышение квалификации. Формы реквалификации работников сферы культуры. Непрерывное образование и повышение квалификации кадров как условие эффективности работы культурных учреждений. Методы «обучение через деятельность». Задачи системы дополнительного образования и переподготовки кадров. Подготовка менеджеров социально-культурной деятельности. Задачи учебного процесса в системе повышения квалификации и переподготовки.</p>		
	<p><i>Стимулирование и мотивация работников культуры.</i> Моральное и материальное стимулирование. Содержание мотивации и виды мотивов. Внутреннее и внешнее вознаграждение. Различия в понятиях мотива и стимула. Модель мотивации А. Маслоу. Виды успеха и соответствующих основных видов мотивации и типах личности. Использование мотивации в практике менеджмента. Способы вознаграждения людей за труд. Организация заработной платы в организации как система стимулирования. Формы и системы заработной платы. Свобода и ответственность. Учет мотивации конкретных работников и создание условий, способствующих закреплению и развитию мотивации к конструктивной активной деятельности.</p>		2
	<p><i>Лидерство и стили руководства.</i> Стиль работы руководителя в сфере услуг. Понятия лидерства. Основные направленности руководства. Функции социально-психологического логического характера руководителя по отношению к персоналу. Виды стилей руководства. Характеристика стилей Х и Y (МакГрегора). Авторитарный, демократический, либеральный стили руководства. Стили руководства по шести основным видам: деспотический, бюрократический, патриархальный, кооперативный и попустительский. Факторы формирования и динамика развития стилей руководства. Стиль работы руководителя. Характеристика труда руководителя. Реальность и мифы о напряженной работе. Видимая и конструктивная активность руководителя. Свободное время и отдых руководителя. Рабочее время. Умение управлять своим временем. Способность доводить начатое дело до конца. Рабочее место руководителя. Открытость и доступность руководителя. Стиль работы с подчиненными. Методы работы с посетителями. Выход руководителя на рабочие места подчиненных. Коммуникации по телефону. Функции секретаря в организации работы руководителя.</p>		2
<p>Тема 2.8. Основные принципы организации работы творческого коллектива</p>	<p>Содержание</p> <p><i>Необходимые условия для нормального функционирования коллектива.</i> Комплектование творческого коллектива. Условия приема в разных типах любительских художественно-творческих коллективах. Понятие о формальной и неформальной структурах коллектива. Лидер и его роль в художественно-творческом коллективе. Диагностика социально-психологической структуры коллектива. Методы руководства межличностным общением в коллективах народного художественного творчества. Применение метода социометрии в любительском художественном коллективе.</p> <p><i>Планирование работы художественно-творческих коллективов.</i> Организационная, учебно-тренировочная, постановочно-репетиционная, концертно-исполнительская работа как неотъемлемые составляющие деятельности художественно-творческого коллектива.</p> <p><i>Ведение документации работы коллектива:</i> расписание занятий, журнал посещаемости занятий участниками коллектива, дневник учета работы, концертных выступлений и т.д. Составление учебных и концертных программ, календарно-тематических и поурочных планов работы.</p> <p><i>Содержание, цели, задачи, формы планирования работы любительского коллектива,</i> его связь с общими задачами учреждения культуры. Разновидности планов. Характеристика перспективного, годового, месячного или календарного, текущего или поурочного планов работы. Анализ планирования работы конкретных художественно-творческих коллективов. Методика подготовки и проведения семинаров, курсов и других форм повышения квалификации руководителей коллективов народного художественного творчества. Методика разработки планов, программ и другой учебно-методической документации для таких мероприятий.</p>	4	2 2 2 2

Тема 2.9. Специфика управления творческим коллективом	Содержание	8		
	<i>Методология управления творческим коллективом организации.</i> Концепция управления творческим коллективом. Цели и функции системы управления творческим коллективом. Закономерности, принципы и методы управления творческим коллективом. Методы построения системы управления творческим коллективом.			2
	<i>Методы формирования кадрового состава.</i> Внешние и внутренние факторы, влияющие на покрытия потребности в творческом персонале. Оценка потребности в персонале. Методы оценки творческого персонала. Организация набора персонала и отбора кандидатур. Методы отбора персонала и прием на работу. Внутреннее перемещение персонала. Методы увольнения сотрудников.			2
	<i>Методы поддержания работоспособности творческого коллектива.</i> Понятие производительности и нормирование труда. Оценка труда: оценка результата, оценка поведения рейтинга успеваемости, процедуры ранжирования. Понятие аттестации: цели, элементы, этапы аттестации. Формирование кадрового резерва, этапы работы с резервом, типы резерва. Понятие планирования карьеры, типы и этапы карьеры, схема этапов профессионального развития, основные мероприятия по планированию карьеры творческого персонала, объективные и субъективные условия труда.			2
	<i>Мотивация трудовой деятельности творческого коллектива.</i> Понятие мотивации и мотивационного процесса. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Взаимосвязь мотива и стимула в управлении творческих работников. Понятие мотивации труда и стимулирования труда.			2
	<i>Кадровая политика организации.</i> Понятие кадровой политики организации и ее типы. Этапы построения кадровой политики. Кадровые мероприятия, реализуемые в открытом и закрытом типе кадровой политики по уровню планирования (долгосрочный, среднесрочный, краткосрочный).			2
	<i>Управление творческим персоналом развивающейся организации.</i> Понятие управления творческим персоналом на стадиях развития организации (стадия формирования, стадия интенсивного роста, стадия стабилизации, стадия спада).			2
	<i>Профессиональное развитие и обучение творческого персонала.</i> Профадаптация сотрудников. Задачи и средства развития персонала. Методы профессионального обучения.			2
	<i>Оценка результатов деятельности творческого персонала организации.</i> Прямые и косвенные показатели, влияющие на достижения результатов. Методы оценки результативности труда творческих работников. Оценка деятельности подразделения управления творческим персоналом.			2
	Практические занятия	34		
	Функциональное разделение труда в аппарате управления организацией. Схема процесса принятия управленческого решения. Разработка положений о подразделениях. Построение организационной структуры системы управления персоналом организации культуры. Модели лидерства. Креативность менеджеров. Стимулирование и мотивация работников творческого коллектива. Создание проекта набора персонала и поиска кандидатов на должность. Деловая игра «Проведение собеседования при приеме на работу». Составление профессиограммы. Составление должностных инструкций. Игровые тренинги по определению психологических проблем коллектива.			
	Примерная тематика домашних заданий	—		
	Понятие, сущность и основные компоненты организационной культуры. Организация деятельности по управлению кадрами. Содержание и методы подбора компетентного персонала. Требования к работникам сферы культуры. Применение санкций как определенной меры воздействия на подчиненных. Особенности деятельности менеджера культурной сферы. Переподготовка и повышение квалификации персонала учреждений сферы культуры. Организационные отношения в коллективе. Виды и методы стимулирования творческого персонала. Лидерство и социально-психологическое содержание руководства. Виды стилей руководства. Основные менеджерские			

характеристики. Управленческие способности. Преодоление конфликтов в трудовом коллективе. Организационная структура системы управления творческим коллективом. Стратегическое управление творческим коллективом. Цели и функции системы управления творческим коллективом. Методы управления творческим коллективом. Адаптация творческих работников. Обучение персонала. Управление творческим коллективом на стадии формирования. Управление творческим коллективом на стадии интенсивного роста. Управление творческим коллективом на стадии стабилизации. Управление творческим коллективом на стадии спада.

Тема 3. Основы маркетинга		116	
Тема 3.1. Основные понятия, используемые в маркетинге	Содержание	6	
	<i>Маркетинг</i> (англ. market – рынок) – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. Маркетинг как предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю. Маркетинг как социальный процесс, посредством которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги благодаря их разработке, продвижению и реализации. <i>Главная цель маркетинга</i> : получение прибыли. <i>Задача маркетинга</i> – использование общественных потребностей для создания возможности получения прибыли.		2
	<i>Сущностные признаки маркетинга</i> : 1) ориентация фирмы на потребности клиентов (маркетинговая философия); 2) применение множества инструментов рыночной политики (маркетинг-микс); 3) целенаправленная координация всех видов деятельности в сфере сбыта (маркетинговое управление).		2
	<i>Основные принципы маркетинга</i> : 1) производство продукции, основанное на точном знании потребностей покупателей, рыночной ситуации и реальных возможностей предприятия; 2) наиболее полное удовлетворение потребностей покупателя, обеспечение его средствами для решения конкретной проблемы; 3) эффективная реализация продукции и услуг на определенных запланированных рынках, объемах и в намеченные сроки; 4) обеспечение долговременной результативности (прибыльности) производственно-коммерческой деятельности фирмы; 5) единство стратегии и тактики производителя.		2
	<i>Цели системы маркетинга</i> : достижение максимально возможного уровня потребления; достижение максимальной потребительской удовлетворенности; предоставление максимально широкого выбора товаров и услуг; максимальное повышение качества жизни.		2
	<i>Спрос</i> – потребность, подкрепленная покупательной способностью. 8 различных состояний спроса и связанные с ними задачи маркетинга: 1). <i>Отрицательный спрос</i> – задача маркетинга (конверсионный маркетинг) в необходимости анализа рынка. 2). <i>Отсутствие спроса</i> – задача (стимулирующий маркетинг) в поиске увязки присущих товару или услуге выгод с естественными потребностями и интересами человека. 3). <i>Скрытый спрос</i> – задача (развивающий маркетинг) в оценке величины потенциального рынка и создании эффективных товаров и услуг, способных удовлетворить спрос. 4). <i>Падающий спрос</i> – задача (ремаркетинг) в повышении спроса благодаря творческому переосмыслению подхода к предложению товара (услуги). 5). <i>Нерегулярный спрос</i> – задача (синхромаркетинг) в способе сглаживания колебаний и распределения спроса по времени с помощью гибких цен, мер стимулирования и прочих приемов побуждения. 6). <i>Полноценный спрос</i> – задача (поддерживающий маркетинг) в поддержке существующего уровня спроса. 7). <i>Чрезмерный спрос</i> – задача (демаркетинг) в поиске способов временного или постоянного снижения спроса (повышение цен, ослабление усилий по симулированию и сокращению сервиса и т.п.). 8). <i>Нерациональный спрос</i> (спрос на товары, вредные для здоровья) – задача (контрмаркетинг) в убеждении любителей вредных привычек отказаться от них (распространение устрашающих сведений, резкое увеличение цены и ограничение доступности товара).		2

	<i>Формирование функций маркетинга по блокам: 1) Блок 1. Планово-исследовательские, контрольные и организационные функции. Блок 2. Функции формирования рынка и ценообразования. Блок 3. Функции регулирования рынка. Блок 4. Функции товародвижения и дистрибьюции. Блок 5. Функции управления продвижением товаров. 4 группы функций: аналитические, производственные, распределительно-сбытовые, управленческие.</i>		2
Тема 3.2. Внутренняя и внешняя среда маркетинга	Содержание	6	
	<i>Маркетинговая среда: микро- и макросреда.</i>		1
	<i>Внешняя макросреда маркетинга: комплекс условий организации бизнеса и маркетинговой деятельности организации в конкретном рыночном пространстве. Факторы внешней макросреды маркетинга: демографические; природно-географические и экологические; экономические; научно-технические; политические; правовые; культурные; социальные.</i>		2
Тема 3.3. Рынок как объект маркетинга	Содержание	10	
	<i>Рынок: типология, структура. Рынок как совокупность существующих и потенциальных покупателей товара. Классификация рынков: по территориальному признаку: местный, региональный, внутренний (национальный), внешний (мировой); по функциональному признаку: рынок предметов потребления и услуг; рынок средств производства; рынок сырья; рынок научно-технических достижений; рынок ценных бумаг и капиталов (финансовый рынок); рынок рабочей силы (труда); по направленности: потребительский рынок – отдельные лица или домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления; рынок производителей – организации, приобретающие товары и услуги для использования их в процессе производства других товаров или услуг; рынок промежуточных продавцов – совокупность лиц и организаций, приобретающих товары для перепродажи или сдачи их в аренду с прибылью для себя; рынок государственных учреждений – государственные организации, приобретающие товары и услуги для последующего использования в сфере коммунальных услуг или для передачи их тем, кто в них нуждается.</i>		2
	<i>«Рынок покупателя» – зависимости от соотношения спроса и предложения. Рынок – саморегулирующийся механизм, обеспечивающий распределение продукта в соответствии с законом спрос – предложения. Основные составляющие рынка: продавец, покупатель, продукт или услуга.</i>		2
	<i>Рыночные модели: чистой конкуренции, монополистической конкуренции, олигополия и т.д. Основные параметры рынка: спрос, предложение и товарные запасы.</i>		2
	<i>Факторы спроса: экономические, социальные, демографические, природно-климатические и национально-исторические. Спрос: реальный, удовлетворенный и неудовлетворенный. По характеру возникновения факторы спроса: общие и специфические. По возможностям измерения: количественно измеряемые и факторы, которые не поддаются измерению.</i>		2
<i>Рыночное предложение – предложение всех предприятий данного товара.</i>		2	

	<p><i>Конъюнктура рынка</i> – определенное соотношение между спросом и предложением как по отдельным товарам и их группам, так и по товарной и денежной массе в целом. Исследование конъюнктуры рынка – одна из стадий маркетингового анализа. Конъюнктурообразующие факторы: <i>циклические и нециклические</i>.</p>		2
	<p>Определение <i>емкости рынка</i>.</p>		2
	<p><i>Три вида конкуренции: функциональная, видовая, предметная (межфирменная)</i>. По методам: <i>ценовая и неценовая</i>. Организация конкурентной борьбы. Цель конкурентной борьбы. Конкурентная позиция – сравнительная характеристика основных параметров фирмы относительно конкурента.</p>		2
<p>Тема 3.4. Маркетинговые исследования</p>	<p>Содержание</p>	6	
	<p><i>Стратегия маркетинга</i>. Принципиальные среднесрочные (1-5 лет) или долгосрочные (5-15 лет) решения, дающие ориентиры и направляющие отдельные мероприятия маркетинга на достижение поставленных целей. Разработка стратегии маркетинга на основе исследований и прогнозирования конъюнктуры товарного рынка, изучения товаров, покупателей, конкурентов и других элементов рыночного хозяйства. Маркетинговые программы.</p>		2
	<p><i>Тактика маркетинга</i> – формирование и решение задач предприятия на каждом рынке и по каждому товару в конкретный период времени (до 1 года) на основе стратегии маркетинга, оценки текущей рыночной ситуации при постоянной корректировке задач.</p>		2
	<p><i>Управление маркетингом</i> – анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных, обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач организации (получение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка и т.п.). Управление маркетингом – управление спросом.</p>		2
	<p><i>Концепции управления маркетингом</i>: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга и концепция социально-этического маркетинга.</p>		2
	<p><i>Методика маркетинговых исследований</i>. Маркетинговые исследования – систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой ситуацией на рынке, их сбор, анализ и отчет о результатах. <i>Цель</i> маркетингового исследования – оценка существующей ситуации (конъюнктуры) и разработка прогноза развития рынка. Программа комплексного исследования: исследование товара; исследование рынка; исследование покупателей; исследование конкурентов; исследование цены; исследование системы сбыта; исследование коммуникаций маркетинга; исследование внутренней среды предприятия; исследование инфраструктуры рынка.</p>		2
	<p><i>Этапы маркетинговых исследований</i>: выявление проблем и формирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации и представление полученных результатов. Выбор методов исследования (наблюдение, эксперимент, опрос) и выбор орудий исследования (анкеты и механические устройства).</p>		2
<p>Тема 3.5. Сегментация рынка и ее основные критерии</p>	<p>Содержание</p>	12	
	<p><i>Сегментирование рынка</i> – разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга.</p>		2
	<p><i>Цели сегментирования рынка</i>: наилучшее удовлетворение нужд и потребностей людей; повышение конкурентоспособности как товара и производителя, усиление конкурентных преимуществ; уклонение от конкурентной борьбы путем перехода в неосвоенный сегмент рынка; увязка научно-технической политики фирмы с запросами четко выявленных совокупностей потребителей; ориентация маркетинговой работы на конкретного потребителя.</p>		2
	<p><i>Критерии (факторы) сегментирования рынков товаров потребительского назначения</i>: географические; демографические; психографические; покупка, особый случай, искомые выгоды, статус пользователя, степень</p>		2

	<p>приверженности. <i>Факторы сегментирования рынков товаров промышленного назначения:</i> институциональные характеристики; технологические переменные; система организации закупок; ситуационные факторы; индивидуальные характеристики.</p> <p><i>Маркетинговое сегментирование.</i> 3 основные стратегии охвата рынка: недифференцированный (стандартизированный) маркетинг; дифференцированный маркетинг; концентрированный маркетинг.</p> <p><i>Выбор стратегии охвата рынка</i> в зависимости от факторов: 1) ресурсы фирмы; 2) степень однородности продукции; 3) этап жизненного цикла товара; 4) степень однородности рынка; 5) маркетинговые стратегии конкурентов.</p> <p><i>Рыночная ниша</i> – сфера неудовлетворенного покупательского спроса. Поиск рыночной ниши. Формирование собственной рыночной ниши.</p>		
<p>Тема 3.6. Товар и товарная политика</p>	Содержание	10	
	<i>Определение товара:</i> все, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Виды товара: физические объекты; услуги; лица; места; организации; идеи (разработка новых товаров, технологий). Товар по замыслу. Товар в реальном исполнении. Товар с подкреплением.		1
	<i>Классификация товаров по степени</i> присущей им <i>долговечности:</i> товары длительного пользования; товары кратковременного пользования; услуги – объекты продажи в виде действий, выгод или условий.		2
	<i>Классификация товаров по функциональному назначению:</i> товары широкого потребления и товары промышленного назначения.		
	<i>Товары широкого потребления:</i> товары повседневного спроса (постоянного спроса, товары импульсной покупки, товары экстренных случаев); товары предварительного спроса; товары особого спроса; товары пассивного спроса.		1
	<i>Товары промышленного назначения:</i> материалы и детали; капитальное имущество; вспомогательные материалы и услуги.		1
	<i>Разработка новых товаров.</i> Требования при разработке нового товара: прогнозирование и по возможности формирование новые потребности; максимальное сокращение сроков между выдвижением идеи и пробной продажей товара. Получение новинок двумя способами: а) путем приобретения со стороны (закупка целиком фирмы, патента или лицензии на производство товара); б) собственными усилиями (отдел/группа исследований и разработок). Возможные причины неудач нового товара.		2
	<i>Основные этапы разработки нового товара:</i> 1) формирование идеи; 2) отбор идей; 3) разработка замысла и его проверка; 4) разработка стратегии маркетинга; 5) анализ возможностей производства и сбыта; 6) разработка товара; 7) испытание в рыночных условиях (тестирование продукта, пробный маркетинг); 8) развертывание серийного (коммерческого) производства.		2
	<i>Жизненный цикл товара.</i> Четыре этапа жизненного цикла товара: этап выведения на рынок; этап роста; этап зрелости; этап упадка. Их характеристика. Маркетинговая стратегия на каждом этапе жизненного цикла товара.		2
<p>Тема 3.7. Ценообразование в маркетинге</p>	Содержание	8	
	<i>Ценообразование:</i> понятие и сущность. Функции цены (учетная, стимулирующая, распределительная, сбалансирование спроса и предложения). Виды ценообразования. Методы ценообразования.		1
	Маркетинговое понятие <i>цены</i> . Определение цены. Роль цены на рынке.		1
	Подходы к проблеме ценообразования. Регулирование ценообразования. Запрещенные приемы ценообразования.		2
	Показатели финансового положения фирмы. Реакция потребителей на изменения цен.		1
	Сбытовая политика предприятия. Система товародвижения. Методы каналов сбыта.		2

	<i>Каналы распределения товаров. Формы распределения товаров. Виды торговых посредников.</i>		2
	<i>Стратегии продвижения товара. Система продвижения товара.</i>		2
	<i>Маркетинговые коммуникации продвижения товара. Стимулирование сбыта. Сущность и задачи стимулирования.</i>		2
Тема 3.8. Рекламная деятельность	Содержание	10	
	<i>Основы рекламной деятельности. История развития мировой рекламы, понятие проторекламы, характеристика средств проторекламы. Анализ современного состояния рекламы в России и за рубежом. Основные этапы развития рекламы в РФ. Понятие товара и услуги, различия в их рекламе. Основные приемы рекламы услуг.</i>		1
	<i>Особенности психологического воздействия рекламы. Основные виды целевых аудиторий в рекламе. Основные мотивы потребительского поведения. Факторы, влияющие на восприятие рекламной информации. Механизм психологического воздействия рекламы. Психологические особенности восприятия рекламы.</i>		2
	<i>Средства распространения рекламы. Классификация средств рекламы. Факторы, влияющие на эффективность различных рекламных средств. Особенности разработки рекламных сообщений для разных средств рекламы. Применение средств рекламы.</i>		2
	<i>Основные виды рекламы и ее носители. Печатная реклама; реклама в прессе; на телевидении; в кино; на радио; наружная реклама; на транспорте; организация рекламы в местах торговли; реклама в Интернете; прямая почтовая реклама; рекламные сувениры. Их преимущества и недостатки.</i>		2
	<i>Разработка рекламных объявлений. Понятие креатива, этапы рекламного процесса. Основные мотивы рекламных обращений. Структура рекламного обращения. Основные правила составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламных объявлений.</i>		2
	<i>Разработка рекламной кампании. Понятие и виды рекламных кампаний. Характеристика основных этапов рекламной кампании. Расчет эффективности рекламной кампании.</i>		2
	<i>Планирование рекламной деятельности. Основные субъекты рекламной деятельности. Планирование выбора средств распространения рекламы. Критерии выбора средств распространения рекламы. Расчет рекламного бюджета. Разработка графика размещения рекламы.</i>		2
	<i>Оценка эффективности рекламной деятельности. Методы оценки эффективности рекламы. Определение коммуникационной эффективности рекламы. Определение экономической эффективности рекламы.</i>		2
Тема 3.9. Особенности маркетинга в сфере культуры	Содержание	12	
	<i>Общее и особенное в маркетинге социокультурной сферы. Роль маркетинга в укреплении материально-технической базы культурно-досуговых центров.</i>		2
	<i>Маркетинговые технологии в сфере культуры. Формирование маркетинговой стратегии и тактики. Разработка ценовой политики исходя из социальных целей организации культуры. Недискриминационная ценовая политика культурной организации. Положение на рынке, особенности. Комплексное исследование спроса в сфере социокультурного обслуживания. Формирование спроса и стимулирование сбыта. «Обратный» эффект при увеличении спроса. Маркетинговые службы современных социокультурных центров и организация их работы. Основы правового обеспечения социокультурного маркетинга.</i>		2
	<i>Маркетинг культурно-досуговых услуг. Потребление продуктов и услуг культуры в ситуации деятельности. Учреждение культуры – культурная среда – потребитель. Многообразие задач в сфере услуг. Дифференциация потребителя: культурные, социальные, личностные, психологические факторы.</i>		2
	<i>Реклама в сфере культуры и ее специфика. Виды и средства. Целевые группы воздействия. Маркетинговые операции рекламной деятельности. Рекламное обращение: формы и методы его создания. Рекламная компания: цели и методы проведения. Законы рекламы. Художественно-образительные, выразительные, образные и другие средства создания различных видов рекламы.</i>		2

	<i>Пропаганда (связи с общественностью):</i> основные характеристики, мероприятия. Паблик рилейшенз (связи с общественностью), PR. Паблिसити (пропаганда), ее основная задача. Средства пропаганды.		2
	Практические занятия Отработка маркетинговых понятий и использование основных категорий маркетинга в практической деятельности. Виды и задачи маркетинга при различных состояниях спроса (сравнительная таблица). Анализ контролируемых и неконтролируемых факторов, влияющих на работу организации культуры. Определение конъюнктуры рынка. Исследование отдельного сегмента рынка. Отбор целевых сегментов рынка. Методы разработки целевого рынка. Разработка анкеты и проведение опроса потребителей. Выполнение маркетингового исследования и анализ результатов собранной информации. Принятие маркетинговых решений. Составление анкеты по конкретной услуге. Оценка поведения различных групп потребителей услуг. Расчет и анализ структуры цены на услуги. Выбор метода ценообразования. Обсуждение вопросов организации сбыта. Выбор посредников из нескольких вариантов. Разработка рекламы на отдельные виды услуг. Создание логотипа и товарного знака. Подготовка выставки по конкретной услуге (презентация). Разработка мероприятий по формированию спроса на социально-культурные услуги. Рекламное выступление менеджера СКД (деловая игра). Оценка подходов к стратегическому планированию.	36	
	Примерная тематика домашних заданий Понятие маркетинга и его сущность. Поиск маркетинговой информации. Маркетинговые исследования: этапы, цели, методы. Факторы маркетинговой среды. Факторы покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Назначение сегментирования и его принципы. Признаки сегментирования потребительского рынка. Методы и формы распространения товаров. Позиционирование товара, услуги. Проектирование нового товара (услуги). Выбор стратегии ценообразования. Продвижение продукции. Система стимулирования спроса. Сущность и методы маркетингового контроля. Маркетинговые коммуникации. Схема маркетинговых исследований. Отбор источников информации. Этапы процесса маркетинговой коммуникации. Стили рекламного обращения. Этапы процесса создания рекламы.	—	

Тема 4. Основы бухгалтерского учета		54		
Тема 4.1. Сущность бухгалтерского учета	Содержание	8	1	
	<i>Введение.</i> История зарождения бухгалтерского учета; сущность и содержание бухгалтерского учета в современных условиях хозяйствования. Цели и задачи курса. Взаимосвязь бухгалтерского учета в системе экономических дисциплин.			
	<i>Организация бухгалтерского учета.</i> Базовые принципы бухгалтерского учета. Их сущность и значение. Система нормативного регулирования бухгалтерского учета. Правовое и методическое обеспечение бухгалтерского учета. Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности. Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России.			
	<i>Предмет и метод бухгалтерского учета.</i> Предмет бухгалтерского учета, объекты учета, виды учета, измерители (натуральный, трудовой и денежный измерители). Финансовый, управленческий и налоговый учет. Основные требования к ведению бухгалтерского учета и его задачи. Принципы учета.			
	<i>Профессиональная этика.</i>			2
	Примерная тематика домашних заданий			2
	Изучение нормативной базы бухгалтерского учета России. Требования к ведению бухгалтерского учета	—		

	Изучение принципов профессиональной этики.		
Тема 4.2. Методы бухгалтерского учета	Содержание	8	3
	<i>Бухгалтерский баланс.</i> Понятие и построение бухгалтерского баланса. Виды бухгалтерского баланса. Содержание и структура баланса.		
	<i>План счетов бухгалтерского учета.</i> Понятие, строение и порядок записи хозяйственных операций на бухгалтерских счетах. Схемы активного, пассивного счета и активно-пассивного счетов. Принцип двойной записи на счетах бухгалтерского учета. Синтетические и аналитические счета. Взаимосвязь между счетами и балансом.		
	<i>Документооборот в организации.</i> Организация документооборота. Документация хозяйственных операций. Приемка, проверка и бухгалтерская обработка документов. Учетные регистры бухгалтерского учета. Исправление ошибочных записей в документах.		
	<i>Формы бухгалтерского учета.</i> Понятие формы бухгалтерского учета. Журнал. Главная. Мемориально-ордерная форма. Журнально-ордерная форма. Автоматизированная форма. Простая форма. Упрощенная форма.		
	Практические занятия	12	
Построение бухгалтерского баланса организации. Активные, пассивные и активно-пассивные счета. Двойная запись на счетах бухгалтерского учета. Корреспонденция счетов. Взаимосвязь между счетами и балансом.			
Примерная тематика домашних заданий	—		
Решение задач по построению бухгалтерского баланса организации. Составление схем синтетических счетов. Построение аналитических счетов. Составление сальдо-оборотной ведомости. Изучение организации документооборота. Изучение форм бухгалтерского учета.			
Тема 4.3. Начало хозяйственной деятельности	Содержание	16	2
	<i>Учетная политика организации.</i> Основные нормативные требования к учетной политике.		
	<i>Формирование первоначального капитала.</i> Уставный капитал, его учет. Учет расчетов с учредителями. Порядок образования и использования резервного и добавочного капиталов.		
	<i>Капитальные вложения.</i> Классификация и оценка основных средств. Документальное оформление движения основных средств. Учет основных средств. Понятие, классификация и оценка нематериальных активов. Учет нематериальных активов.		
	<i>Учет материально-производственных запасов.</i> Понятие, классификация и оценка. Документальное оформление движения материально-производственных запасов. Учет производственных запасов на складах и в бухгалтерии.		
	<i>Инвентаризация.</i> Порядок проведения и документального оформления инвентаризации. Порядок отражения в учете результатов инвентаризации.		
	<i>Бухгалтерская отчетность организации.</i> Понятие и состав бухгалтерской отчетности. Порядок составления бухгалтерских отчетов. Порядок и сроки представления бухгалтерской отчетности. Публичность бухгалтерской отчетности.		
	Практические занятия	4	
Амортизация основных средств и нематериальных активов. Методы оценки запасов при выбытии.			
Примерная тематика домашних заданий	—		
Изучение формирования учетной политики организации. Изучение формирования первоначального капитала. Учет расчетов с учредителями. Порядок образования и использования резервного и добавочного капиталов.. Изучение			

	ПБУ 6/01 «Учет основных средств», утвержден приказом Минфина РФ от 30.03.2001 г. № 26н (с последующими изменениями и дополнениями). Решение производственных ситуаций на поступление и выбытие основных средств и нематериальных активов. Изучение ПБУ 5/01, «Учет материально-производственных запасов» утв. приказом Минфина РФ от 28.12.2001 г. № 119н (с последующими изменениями и дополнениями). Решение производственных ситуаций на поступление и выбытие материально-производственных запасов. Решение ситуаций по отражению результатов инвентаризации в учете. Состав бухгалтерской отчетности. Порядок составления и сроки представления бухгалтерской отчетности.		
Тема 4.4. Налогообложение	Содержание	6	2
	Экономическая сущность налогов. Правовые основы налоговой системы. Налоговая система Российской Федерации. Классификация налогов. Налогообложение юридических и физических лиц.		
	Примерная тематика домашних заданий	—	
	Учет расчетов по налогу на прибыль.		

Самостоятельная работа при изучении раздела 1	Изучение учебной, учебно-методической литературы; работа с Интернет-источниками; работа со словарями и справочниками; составление тематического тезауруса, заполнение схем, таблиц, сравнительных характеристик, составление сравнительных таблиц подходов к пониманию менеджмента, вопросов управления и маркетинга; составление планов, отчетов; подготовка ответов на контрольные вопросы по темам курса, выполнение теоретических и практических заданий, решение практических задач и ситуаций, подготовка докладов, сообщений, презентаций, рефератов; подготовка к практическим занятиям и ролевым играм. Подготовка к итоговым занятиям (контрольным работам) за семестр. Подготовка к промежуточной аттестации.	197	
Итого по 1 разделу		591	

Раздел 2. Формирование информационной и правовой культуры менеджера социально-культурной деятельности			
Тема 1. Информационное обеспечение профессиональной деятельности		36	
Тема 1.1. Информационные и телекоммуникационные технологии	Содержание	2	1
	Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ). Основные понятия и определения. Информационная технология – совокупность четко определенных целенаправленных действий персонала по переработке информации на компьютере. Информационная система – человеко-компьютерная система для поддержки принятия решений и производства информационных продуктов, использующая компьютерную информационную технологию.		
	Цель информационной технологии – производство информации для ее анализа человеком и принятия на его основе решения по выполнению какого-либо действия.		
	Принципы информационных технологий.		
	Компоненты ИТ: сбор данных или первичной информации; обработка данных и получение результатной информации; передача результатной информации пользователю для принятия на ее основе решений.		
	Методология использования ИКТ. Централизованная и децентрализованная обработка информации: достоинства и недостатки. Применение «рациональной» методологии.		
	Проблема использования ИКТ в связи с их устареванием.		
	Примерная тематика домашних заданий	—	
	Работа с учебной, учебно-методической литературой, Интернет-источниками, конспектом		

	Знакомство с составляющими информационного обеспечения.		
Тема 1.2. Прикладное программное обеспечение	Содержание	14	3
	Виды программных продуктов для персонального компьютера: текстовый процессор (редактор), настольные издательские системы, электронные таблицы, системы управления базами данных, электронные записные книжки, электронные календари, информационные системы функционального назначения (финансовые, бухгалтерские, для маркетинга и пр.), экспертные системы и т.д.		
	Практические занятия		
	Текстовый процессор Microsoft Word. Шаблоны и стили оформления. Дополнительные возможности Word. Форматирование и редактирование текста.		
	Табличный процессор Microsoft Excel. Расчетные операции в Excel. Основные математические функции в Excel. Дополнительные возможности Excel. Обработка экономической и статистической информации с помощью электронных таблиц. Работа с диаграммами.		
	Графический пакет подготовки презентаций и слайд-фильмов PowerPoint. Подготовка и настройка компьютерных презентаций. Анимация. Вставка звука. Вставка видеоклипов.		
	Основы веб-конструирования. FrontPage. Создание списков. Вставка изображений. Вставка звука и видео. Создание гиперссылок. Создание фреймов. Создание плавающих фреймов. Создание гиперссылок с учетом фреймов. Создание таблиц. Создание сложных таблиц. Создание формы. Создание веб-узла из шаблона.		
	Примерная тематика домашних заданий		
Создание и форматирование текстовых документов. Решение экономических и статистических задач. Создание тематической презентации. Создание веб-страниц, гиперссылок, изучение способов продвижения сайта.	—		
Тема 1.3. Использование сети Интернет	Содержание	4	1
	Интернет как глобальная компьютерная сеть, как средство обмена информацией. Локальные сети. Доступ в Интернет. Web-серверы. Порталы и сайты.		
	Средства поиска информации. Средства WWW - World Wide Web (Всемирная сеть).		
	Основные приемы поиска информации. Требования к инструментам поиска. Поисковые системы (машины): Yandex, Rambler, Google и др.		
	<i>Методика поиска информации в Интернете.</i> Поиск с помощью поисковых систем по ключевому слову. Алгоритм (правила) ввода ключевых слов. Поиск с помощью классификаторов поисковых систем. Каталоги и коллекции ссылок. Рейтинги и самые популярные ресурсы. Конференции, чаты. Страницы ссылок ("Links") на тематических сайтах.		
	Практические занятия		
	Эффективный поиск необходимой информации в Интернете.		
	Примерная тематика домашних заданий		
Наиболее популярные поисковые системы. Алгоритм ввода ключевых слов. Локальные сети.	—		
Тема 1.4. Современные информационные технологии и менеджмент	Содержание	16	2
	<i>Роль и значение новых информационных технологий.</i> Современные информационные технологии. Интернет-ресурсы культурно-образовательной деятельности. Создание Интернет-сайта учреждения культуры. Региональные Интернет-ресурсы культурно-образовательной деятельности. Проблемы использования современных		

в сфере культуры	информационных технологий в сфере культуры.		
	<i>Выбор вариантов внедрения новых информационных технологий.</i> Информационная технология обработки данных: характеристика и назначение, основные компоненты. Информационная технология управления: характеристика и назначение, основные компоненты. Информационная технология поддержки принятия решений: характеристика и назначение, основные компоненты. Роль базы данных. База моделей. База знаний.		2
	<i>Электронные и иные источники информации.</i> Анализ потоков данных в управленческих системах. Способы хранения, обработки и представления информации. Электронные коммуникации и их использование. Способы ведения безбумажного (электронного) документооборота. Специализированные программные продукты. Анализ работы организации с использованием пакетов программ. Отчетные документы. Информатизация управленческого труда. Технические средства автоматизации. Принципы и методы использования средств информатизации. Современные технические и программные средства, используемые менеджером. Современные средства электронного офиса. Средства сетевых коммуникаций.		2
	Практические занятия		
	Информационные технологии управления. Информационные технологии поддержки принятия решений. Ведение электронного документооборота. Специализированные программы. Методика использования средств информатизации.		
	Примерная тематика домашних заданий		—
	Создание Интернет-сайта. Проблемы использования современных информационных технологий в СКС. Информационная технология управления. Информационная технология поддержки принятия решений.		

Тема 2. Правовое обеспечение профессиональной деятельности		36	
Введение	Содержание	2	1
	<i>Содержание дисциплины, ее предмет и задачи.</i> Связь с другими дисциплинами. Значение дисциплины для подготовки специалиста в современных условиях с точки зрения его правовой компетенции и умения адаптации к будущей профессиональной деятельности в сфере культуры.		
Тема 2.1. Государственная политика и государственные гарантии прав граждан РФ в социально-культурной сфере	Содержание	6	
	<i>Конституционные права человека в социально-культурной сфере.</i>		
	<i>Отсутствие достаточной нормативно-правовой базы в социально-культурной сфере в доперестроечный период.</i>		
	<i>Особенности культурного процесса в постсоветский период.</i> Характеристика основных разделов Федерального закона «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (1992 г.): обязанности государства в области культуры; обеспечение доступности для граждан в области культурной деятельности, культурных ценностей и благ; обеспечение свобод и самостоятельности всех субъектов культурной деятельности; преодоление монополии в области культуры; создание условий для самореализации талантов и др.		2
	<i>Принципы государственной политики в области подготовки кадров культуры и искусства, их занятости, оплаты труда, социальных гарантий, норм и льгот в сфере культуры, система повышения квалификации и переподготовки кадров в сфере культуры, порядок аттестация работников культуры.</i>		2
	<i>Государственная программа сохранения и развития культуры в Российской Федерации.</i> Права и обязанности		2

	граждан в сфере культуры: право на творчество, право на приобщение к культурным ценностям, гуманитарному и художественному образованию, право собственности в области культуры, создания общественных культурных объединений и др.		
	<i>Права граждан на творческую деятельность</i> как на профессиональной, так и непрофессиональной (любительской) основе. Профессиональная творческая деятельность. Свободная реализация результатов творческой деятельности в сфере культуры.		2
	<i>Правовые принципы деятельности учреждений (организаций) социально-культурной сферы.</i>		2
	Практические занятия	4	
	Работа с нормативно-правовыми документами. Составление таблиц-памяток на основе изученного материала.		
	Примерная тематика домашних заданий	—	
	Нормативные правовые акты РФ в сфере культуры. ФЗ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре». Система подготовки и переподготовки кадров в сфере культуры. Принципы государственного регулирования предпринимательской деятельности в сфере культуры. Предпринимательская правоспособность гражданина. Законодательство РФ о незаконном предпринимательстве. Гражданская правоспособность, ее содержание. Гражданская дееспособность.		
Тема 2.2. Основные законодательные акты, регулирующие трудовые отношения	Содержание	6	
	<i>Права и обязанности работников культурно-творческой деятельности.</i> Правовой статус профессиональных творческих работников в сфере культуры. Социальная защита профессиональных творческих работников. Профессиональный творческий коллектив. Творческие заказы. Гастрольная деятельность творческих коллективов и исполнителей.		2
	<i>Понятие трудового договора, его виды.</i> Особенности заключения, изменения и расторжения трудового договора в сфере культуры. Заключение трудового договора. Права и обязанности работника. Права и обязанности работодателя. Испытательный срок. Оформление на работу, переводы и перемещение.		2
	<i>Особенности расторжения трудового договора с работниками учреждений культуры</i> по инициативе администрации в соответствии с Трудовым кодексом РФ (ликвидация организации, сокращение штата, неоднократное неисполнение работником трудовых обязанностей, разглашение коммерческой тайны).		2
	<i>Зарботная плата в сфере культуры,</i> стимулирующие надбавки, льготы, гарантии и компенсации работников. Системы оплаты труда. Минимальный размер оплаты труда. Оплата по нетрудоспособности.		2
	<i>Особенности регулирования рабочего времени и времени отдыха работников учреждений культуры и искусства,</i> в том числе творческих работников. Обязательные условия трудового договора. Понятие времени отдыха. Виды времени отдыха: кратковременный отдых, отпуск ежегодный и периодический. Особенности требований охраны труда работников культуры.		2
	<i>Дисциплина и материальная ответственность работников учреждений культуры.</i> Особенности дисциплины труда работников учреждений культуры. Трудовая дисциплина, технологическая дисциплина, производственная дисциплина. Правила внутреннего распорядка. Дисциплинарная и материальная ответственность работников учреждений культуры. Виды материальной ответственности.		2
	<i>Пенсионное обеспечение работников учреждений культуры:</i> понятие пенсии, виды пенсий; пенсия за выслугу лет; пенсия по инвалидности; пенсия по случаю потери кормильца; пенсия по старости.		2
	Роль и значения коллективного договора в учреждении культуры.		1
	Практические занятия	8	
Законодательство, регулирующее трудовые и др. права в Российской Федерации.			

	<p>Работа с нормативно-правовыми документами. Трудовой договор. Дисциплинарная и материальная ответственность работников учреждений культуры.</p> <p>Примерная тематика домашних заданий</p> <p>Словарь основных понятий нормативно правовых актов, регулирующих сферу культуры. Права и обязанности работника, закрепленные за ним Трудовым кодексом Российской Федерации. Понятия «договор», содержание принципа свободы договора. Условия содержания договора, группы данных условий. Формы заключения договора. Виды договоров. Порядок заключения договоров. Существенные и факультативные условия договора. Оформление работника на работу. Испытательный срок. Перевод работника и перемещение. Основания прекращения трудового договора. Порядок его расторжения. Понятие «рабочее время» его виды. Сверхурочная работа, ее оплата. Учет рабочего времени в учреждениях культуры. Время отдыха. Порядок предоставления отпусков. «Дисциплина труда». Правила внутреннего трудового распорядка. «Дисциплинарная ответственность». Обжалование дисциплинарного взыскания. Порядок снятия дисциплинарного взыскания. «Материальная ответственность», ее виды. Условия наступления материальной ответственности. Полная материальная ответственность. Порядок возмещения работником причиненного ущерба. Назначение пенсии за выслугу лет. Пенсия по инвалидности. Пенсия по случаю потери кормильца. Назначение пенсии по старости.</p>	—		
<p>Тема 2.3. Авторское право в сфере культуры</p>	<p>Содержание</p> <p><i>Закон об авторском праве и смежных правах.</i> Понятие, предмет и задачи авторского права. Сфера действия авторского права. Объект авторского права. Возникновение авторского права. Принципы авторского права. Авторские и смежные права как часть интеллектуальной собственности. Основное понятие интеллектуальной собственности. Виды интеллектуальной собственности, соавторство. Система правовой охраны интеллектуальной собственности. Роль и значение интеллектуальной собственности в культурном развитии общества. Проблема «пиратства» в области интеллектуальной собственности. Произведения, не являющиеся объектами авторского права. Имущественные и неимущественные права авторов.</p> <p><i>Авторский договор и его элементы.</i> Субъекты авторского права. Характеристика принципов авторского права. Авторский договор и его элементы. Виды и формы договоров. Права авторов произведений литературы и искусства. Авторские права в культурных учреждениях. Ответственность за нарушение авторских и смежных прав. Свободное использование произведения в информационных, научных, учебных, личных или культурных целях.</p>	4	2	
	<p>Примерная тематика домашних заданий</p> <p>Общие положения об авторских прав. Авторские и смежные права. Защита авторских и смежных прав. Порядок свободного использования произведений литературы и искусства.</p>		2	
	<p>Тема 2.4. Правовые основы хозяйственной деятельности в социально-культурной сфере</p>	<p>Содержание</p> <p><i>Понятие хозяйственного права.</i> Принципы, методы и источники хозяйственного права. Хозяйственные отношения. Субъекты хозяйственного права в социально-культурной сфере.</p> <p><i>Правовое регулирование государственного воздействия на хозяйственную деятельность в условиях рынка.</i> Сроки в хозяйственном праве. Правовое регулирование договорных отношений в хозяйственной деятельности в социально-культурной сфере. Хозяйственный договор и его виды. Организация договорной работы в учреждениях социально-культурной сферы.</p>	6	2
	<p>Примерная тематика домашних заданий</p> <p>Особые свойства предмета хозяйственного права. Особенности метода хозяйственного права. Принципы хозяйственного права. Источники хозяйственного права. Понятия «сделка», «обязательство», «договор».</p> <p>Классификация сделок по форме, видам, и их действительности. Понятие договора, условия договора. Виды</p>	2		
		—		

договоров, их характеристика.		
-------------------------------	--	--

Самостоятельная работа при изучении раздела 2 Изучение учебной, учебно-методической литературы; работа с Интернет-источниками; работа со словарями и справочниками; составление тематического тезауруса, работа с нормативными документами, подготовка ответов на контрольные вопросы по темам курса, выполнение теоретических и практических заданий, решение практических задач и ситуаций, подготовка докладов, сообщений, рефератов, презентаций; подготовка к практическим занятиям; подготовка к итоговым занятиям (контрольным работам) за семестр; подготовка к промежуточной аттестации.	36	
Итого по 2 разделу	108	

Производственная практика (по профилю специальности) по модулю Виды работ <ul style="list-style-type: none"> • Анализ кадрового состава КДУ. • Составление портрета руководителя-лидера. • Составление таблицы по характеристикам организационной (корпоративной) культуры КДУ. • Разработка предложений на вакантную должность базы практики. • Знакомство с маркетинговой деятельностью КДУ (маркетинговая концепция и политика). • Разработка схемы системы маркетинга. • Анализ ассортимента услуг. • Составление аналитической таблицы основных и оборотных фондов КДУ. • Изучение системы налогов КДУ. • Создание банка информационных ресурсов. • Составление перечня законодательных и нормативных актов, регламентирующих деятельность КДУ. • Анализ основополагающих документов КДУ (свидетельство о государственной регистрации, лицензии, устав, штатное расписание, положения, трудовые договора и т.д.). 	72	
Итого часов по модулю	771	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля ПМ.03 «Менеджмент в социально-культурной сфере» предполагает наличие учебных кабинетов для теоретических (лекционных) и практических, семинарских занятий.

Оборудование учебных кабинетов:

- место для преподавателя;
- учебные столы и стулья по количеству обучающихся;
- доска;
- справочная литература;
- нормативно-правовые документы.

Технические средства обучения:

- ПК;
- интерактивная доска.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Куприянов Д.В. Информационное обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д.В. Куприянов. – М.: Юрайт, 2019. (Профессиональное образование). – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/434578>
2. Карпова С.В. Основы маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2019. (Профессиональное образование). URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426395>
3. Коленько С.Г. Менеджмент в социально-культурной сфере: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С.Г. Коленько. – М.: Юрайт, 2019. – (Профессиональное образование). URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433910>
4. Корнеев И.К. Документационное обеспечение управления + тесты в ЭБС: учебник и практикум для СПО / И.К. Корнеев, А.В. Пшенко, В.А. Машурцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2019. (Серия: Профессиональное образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438491>
5. Коротков Э.М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Э.М. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2019.– (Профессиональное образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433680>

6. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие / М.П. Переверзев Т.В. Косцов; под ред. М.П. Переверзева. – М.: ИНФРА-М, 2018. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944315>
7. Менеджмент: основные термины и понятия: Словарь / Кисляков Г.В., Кислякова Н.А. – 2-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/485034>
8. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для СПО / А.П. Альбов [и др.]; под общ. ред. А.П. Альбова, С.В. Николукина. – М.: Юрайт, 2019. (Серия: Профессиональное образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/445443>
9. Тульчинский Г.Л. Маркетинг в сфере культуры: учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – 4-е изд., стер. – СПб.: Планета музыки, 2019. Текст: электронный // ЭБС «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com/book/117648>

Дополнительные источники

1. Арт-менеджмент: учебник / Е.Ф. Командышко. – М.: ИНФРА-М, 2019. [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. – www.dx.doi.org/10.12737/textbook_58e766a9012856.6044701. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003267>
2. Асмолова М.Л. Искусство презентаций и ведения переговоров: Учебное пособие / Асмолова М.Л. – 3-е изд. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003085>
3. Горленко О.А. Управление персоналом: учебник для СПО / О.А. Горленко, Д.В. Ерохин, Т.П. Можяева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. (Серия: Профессиональное образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437732>
4. Зельдович Б.З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б.З. Зельдович. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – (Профессиональное образование). URL: <https://biblio-online.ru/bcode/447812>
5. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С.В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2019. (Профессиональное образование). – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437629>
6. Информационные технологии в менеджменте (управлении): учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Д. Романова [и др.]; под ред. Ю.Д. Романовой. – М.: Юрайт, 2019. – (Профессиональное образование). URL: <https://biblio-online.ru/bcode/446364>
7. Маркетинг: учебник и практикум для СПО / Т.А. Лукичева [и др.]; под ред. Т.А. Лукичевой, Н.Н. Молчанова. – М.: Юрайт, 2019. (Серия: Профессиональное образование). // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442203>
8. Маслова В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для СПО / В.М. Маслова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2019. (Серия:

- Профессиональное образование). // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/429594>
9. Москвин С.Н. Менеджмент в образовании: управление человеческими ресурсами: учебное пособие для среднего профессионального образования / С.Н. Москвин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/446112>
 10. Плахотникова М.А. Информационные технологии в менеджменте: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М.А. Плахотникова, Ю.В. Вертакова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2019. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431052>
 11. Продюсерство. Управленческие решения: учеб. пособие / под ред. В.С. Малышева, Ю.В. Криволицкого. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028893>
 12. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. – М.: ИНФРА-М, 2019. Режим доступа: <http://new.znanium.com>]. – www.dx.doi.org/10.12737/19925. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/1034516>
 13. Романова Ю.Д. Информационные технологии в управлении персоналом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю.Д. Романова, Т.А. Винтова, П.Е. Коваль. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2019. (Профессиональное образование). – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/428481>
 14. Семенова Л.М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для СПО / Л. М. Семенова. – М.: Юрайт, 2019. (Серия: Профессиональное образование). Текст: электронный // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/445521>
 15. Сурова Н.Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учеб. пособие для студентов / Н.Ю. Сурова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028758>
 16. Тебекин А.В. Управление персоналом: учебное пособие для среднего профессионального образования / А.В. Тебекин. – М.: Юрайт, 2019. // ЭБС Юрайт. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431902>
 17. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Шишова Н.В., Подопригра А.С., Акулич Т.В. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/362871>
 18. Управление проектами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А.И. Балашов, Е.М. Рогова, М.В. Тихонова, Е.А. Ткаченко; под общей ред. Е.М. Роговой. – М.: Юрайт, 2019. // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433304>
 19. Юдина А.И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности: учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки «Социально-культурная деятельность». – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/1041238>

20. Витко В.С. Правовая природа договоров о создании произведений науки, литературы и искусства [Электронный ресурс] / Витко В.С. – Электрон. текстовые данные. – М.: Статут, 2019. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88262.html> – ЭБС «IPRbooks».
21. Колобова С.В., Сергеенко Ю.С. Трудовое право России: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юстицинформ, 2018.
22. Матвеев Р.Ф. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: Краткий курс / Матвеев Р. Ф. – М: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. URL: <http://znanium.com/catalog/product/492607>
23. Бондарев А.В 1С: Электронный документооборот: 250 вопросов и ответов / В.В. Лушников. – М.: 1С-Публишинг, 2018.

Internet ресурсы

www.amr.ru – Ассоциация менеджеров России
www.amcult.ru – Ассоциация менеджеров культуры
www.mevriz.ru – журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
<https://creativeconomy.ru/journals/lim> – журнал «Лидерство и менеджмент»
<http://economicus.ru/> – образовательно-справочный сайт по экономике
<http://institutiones.com/> – Экономический портал
<http://ecsocman.hse.ru/> – Федеральный образовательный портал – Экономика, Социология, Менеджмент
<http://elibrary.ru/> – сайт Научной электронной библиотеки
<http://lib.stihi-rus/biblioteki.htm> – подборка ссылок на сайты электронных библиотек (ЭБ)
<http://orel.rsl.ru> – открытая Русская ЭБ
<http://www.elbib.ru> – портал Российских ЭБ
<http://www.livre.ru/> – библиотека электронных книг
<http://www.spbu.ru/News/ebib.html> – ЭБ Санкт-Петербургского государственного университета
<http://inion.ru> – Институт научной информации по общественным наукам (осуществляет централизованный сбор и обработку отечественной и зарубежной литературы по общественным наукам)
<http://www.isn.ru> – Российская сеть информационного общества
<http://www.urtp.ru> – «Проблемы теории и практики управления»
cultmanager.ru – Справочник руководителя учреждения культуры. Журнал
www.kadrovik.ru
www.garant.ru
www.consultant.ru
www.elibrary.rsl.ru

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса.

Освоению профессионального модуля ПМ.03 Менеджмент в социально-культурной сфере предшествует обязательное изучение общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла:

ОПД.01 Народное художественное творчество

ОПД.02 История отечественной культуры
ОПД.03 Отечественная литература
ОПД.04 Русский язык и культура речи
ОПД.05 Безопасность жизнедеятельности.

Раскрытие содержания программы модуля и его изучения предусматривает два этапа:

Первый этап – аудиторная работа студентов под руководством преподавателя на лекционных и практических занятиях, выполнение внеаудиторной самостоятельной работы.

Второй этап – прохождение студентами производственной практики (по профилю специальности), в ходе которого прослеживается связь теоретических знаний и практических умений.

При прохождении производственной практики используются следующие образовательные технологии:

- технология коммуникативного обучения, направленная на формирование коммуникативной компетенции обучающихся;
- технология разноуровневого (дифференцированного) обучения – предполагает осуществление познавательной деятельности обучающихся с учетом их индивидуальных способностей, возможностей и интересов;
- технология обучения в сотрудничестве (в рамках информационно-коммуникационной технологии) – реализует идею взаимного обучения, осуществляя как индивидуальную, так и коллективную ответственность за решение учебных задач.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Менеджмент в социально-культурной сфере» по специальности 51.02.02 «Социально-культурная деятельность (по видам)»; наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой.

Педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: наличие образования по профилю с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже одного раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Обеспечивать эффективное функционирование и развитие учреждения социально-культурной сферы	<ul style="list-style-type: none"> • способность к осуществлению управленческих ролей и функций, к реализации технологий менеджмента и маркетинга в СКС; • владение методами организации и руководства социально-культурной деятельности учреждений культуры; • умение выявлять проблемы организационной, финансово-хозяйственной, социальной и художественной творческой деятельности учреждений и организаций культуры, анализировать конкретные ситуации, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; • готовность к разработке целей и приоритетов творческо-производственной деятельности учреждений культуры. 	<p style="text-align: center;">экспертная оценка результатов деятельности студента:</p> <p>при выполнении и защите практических работ; при решении ситуационных задач, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке докладов, рефератов, презентаций; при выполнении заданий на практических занятиях, при выполнении работ на различных этапах производственной практики; контрольные работы, зачеты, экзамены; квалификационный экзамен по модулю</p>
ПК 3.2. Использовать знание в области предпринимательства в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; • способность проводить анализ конкурентной среды сферы культуры и искусства. 	<p style="text-align: center;">экспертная оценка результатов деятельности студента:</p> <p>при выполнении и защите практических работ; при решении ситуационных задач, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке докладов, рефератов, презентаций; при выполнении заданий на практических занятиях; при выполнении работ на различных этапах производственной практики; контрольные работы, зачеты, экзамены; квалификационный экзамен по модулю</p>
ПК 3.3. Участвовать в финансово-	<ul style="list-style-type: none"> • умение рассчитывать и анализировать основные экономические показатели, 	<p style="text-align: center;">экспертная оценка результатов деятельности студента:</p>

хозяйственной деятельности учреждений социально-культурной сферы	характеризующие деятельность учреждения СКС.	при выполнении и защите практических работ; при решении ситуационных задач, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке докладов, рефератов, презентаций; при выполнении работ на различных этапах производственной практики; зачеты, экзамены, квалификационный экзамен по модулю
ПК 3.4. Работать с коллективом исполнителей, соблюдать принципы организации труда	<ul style="list-style-type: none"> • знание основ организации работы коллектива исполнителей, принципов делового общения в коллективе; • умение принимать решения по организации выполнения задач, стоящих перед коллективом исполнителей; • умение мотивировать членов коллектива исполнителей на эффективное выполнение работ в соответствии с делегированными им полномочиями; • обладать навыками проведения мероприятий по набору персонала, обучения сотрудников и оценки эффективности деятельности персонала; • соблюдение принципов пропорциональности, равномерности и непрерывности, согласованности и рациональной специализации при управлении коллективом исполнителей. 	экспертная оценка результатов деятельности студента: при выполнении и защите практических работ; при решении ситуационных задач, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке докладов, рефератов, презентаций; при выполнении заданий на практических занятиях; при выполнении работ на различных этапах производственной практики; зачеты, экзамены, квалификационный экзамен по модулю
ПК 3.5. Использовать информационные и телекоммуникационные технологии в профессиональных целях	<ul style="list-style-type: none"> • владение основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации; • владение навыками работы с компьютером как средством получения и передачи информации; • умение пользоваться стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства. 	экспертная оценка результатов деятельности студента: при выполнении и защите практических работ; при решении ситуационных задач, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке докладов, рефератов, презентаций, курсовых работ; при выполнении заданий на практических занятиях, при выполнении работ на различных этапах

		производственной практики; зачеты, экзамены, квалификационный экзамен по модулю
ПК 3.6. Соблюдать этические и правовые нормы в сфере профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • умение на практике использовать правовые и нормативные документы в работе учреждений культуры. 	экспертная оценка результатов деятельности студента: при выполнении и защите практических работ; при решении ситуационных задач, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке докладов, рефератов, презентаций; при выполнении заданий на практических занятиях; при выполнении работ на различных этапах производственной практики; зачеты, экзамены, квалификационный экзамен по модулю

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	<ul style="list-style-type: none"> • суммирующее оценивание всех показателей деятельности студента за период обучения 	Наблюдение, мониторинг, оценка содержания портфолио студента
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> • выбор метода и способа решения профессиональных задач с соблюдением техники безопасности и согласно заданной ситуации; • оценка эффективности и качества выполнения согласно заданной ситуации 	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	<ul style="list-style-type: none"> • решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в соответствии с поставленной задачей; 	Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практике

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> информация, подобранная из разных источников в соответствии с заданной ситуацией. 	Подготовка рефератов, докладов, проектов, использование электронных источников
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> моделирование профессиональной деятельности с помощью прикладных программных продуктов в соответствии с заданной ситуацией. 	Наблюдение за навыками работы в глобальных, корпоративных и локальных информационных сетях
ОК 6. Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<ul style="list-style-type: none"> демонстрация собственной деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной ситуацией. 	Наблюдение за ролью обучающегося в группе; портфолио
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> демонстрация собственной деятельности в роли руководителя команды в соответствии с заданными условиями. 	Деловые игры – моделирование социальных и профессиональных ситуаций.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<ul style="list-style-type: none"> оценка собственного продвижения, личностного развития. 	Контроль графика выполнения индивидуальной самостоятельной работы обучающегося; открытые защиты творческих и проектных работ
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> анализ инноваций в области профессиональной деятельности. 	Семинары, учебно-практические конференции, конкурсы профессионального мастерства