

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Горно-Алтайский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)**

**Менеджмент и маркетинг в сфере народной  
художественной культуры  
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Учебный план 51.03.02\_2023\_553-3Ф.plx  
51.03.02 Народная художественная культура  
Руководство студией декоративно-прикладного творчества

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72  
в том числе: Виды контроля на курсах:  
зачеты 5  
аудиторные занятия 16  
самостоятельная работа 51,4  
часов на контроль 3,85

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	5		Итого	
	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Консультации (для студента)	0,6	0,6	0,6	0,6
Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации	0,15	0,15	0,15	0,15
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16,75	16,75	16,75	16,75
Сам. работа	51,4	51,4	51,4	51,4
Часы на контроль	3,85	3,85	3,85	3,85
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

к.э.н., зав. кафедрой, Куттубаева Т.А.



Рабочая программа дисциплины

**Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры**

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура (приказ Минобрнауки России от 06.12.2017 г. № 1178)

составлена на основании учебного плана:

51.03.02 Народная художественная культура

утвержденного учёным советом вуза от 09.03.2023 протокол № 3.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

**кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от 09.03.2023 протокол № 8

Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна



---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2024 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2025 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2026 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2027 г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

<b>1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
1.1	<i>Цели:</i> формирование теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента и маркетинга в сфере народной художественной культуры
1.2	<i>Задачи:</i> - рассмотреть сущность, функции, принципы и методы менеджмента и особенности их применения в сфере народной художественной культуры; - рассмотреть сущность, функции, особенности и основные направления маркетинговой деятельности в сфере народной художественной культуры.

<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b>	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.03
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Теория и история народной художественной культуры
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<b>УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</b>	
<b>ИД-1.УК-1: Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи</b>	
Знать: - сущность, принципы, функции и методы менеджмента и особенности их применения в сфере народной художественной культуры. Уметь: - анализировать факторы, влияющие на организацию и осуществление деятельности в сфере народной художественной культуры. Владеть: - навыками и методами анализа факторов, влияющих на организацию и осуществление деятельности в сфере народной художественной культуры.	
<b>ИД-5.УК-1: Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи</b>	
Знать: - сущность, принципы, функции и методы менеджмента и особенности их применения в сфере народной художественной культуры. Уметь: - определять и оценивать последствия возможных управленческих решений в области менеджмента в сфере народной художественной культуры. Владеть: - методами менеджмента и навыками их применения в сфере народной художественной культуры; - навыками оценки последствий возможных управленческих решений в области менеджмента в сфере народной художественной культуры.	
<b>УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</b>	

<b>ИД-1.УК-9: Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</b>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, принципы, функции и методы менеджмента и особенности их применения в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять и оценивать последствия возможных управленческих решений в области менеджмента в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами менеджмента и навыками их применения в сфере народной художественной культуры;</li> <li>- навыками оценки последствий возможных управленческих решений в области менеджмента в сфере народной художественной культуры.</li> </ul>
<b>ИД-2.УК-9: Применяет методы личного финансового и экономического планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собствен-ные экономические и финансовые риски</b>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, принципы, функции и методы менеджмента и особенности их применения в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять и оценивать последствия возможных управленческих решений в области менеджмента в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами менеджмента и навыками их применения в сфере народной художественной культуры;</li> <li>- навыками оценки последствий возможных управленческих решений в области менеджмента в сфере народной художественной культуры.</li> </ul>
<b>ОПК-3: Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики;</b>
<b>ИД-1.ОПК-3: Знает номенклатуру и назначение документов, регламентирующих профессиональную деятельность; требования профессиональных стандартов и правила профессиональной этики</b>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные документы, регламентирующие деятельность в сфере народной художественной культуры;</li> <li>- требования профессиональных стандартов в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять нормативные документы и профессиональные стандарты при организации и планировании деятельности в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками анализа нормативных документов и требований профессиональных стандартов при организации и планировании деятельности в сфере народной художественной культуры.</li> </ul>
<b>ИД-2.ОПК-3: Умеет адекватно оценивать результаты своей профессиональной деятельности на основе требований профессиональных стандартов и норм профессиональной этики</b>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, принципы, функции и методы менеджмента и особенности их применения в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать факторы, влияющие на организацию и осуществление деятельности в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками и методами анализа факторов, влияющих на организацию и осуществление деятельности в сфере народной художественной культуры.</li> </ul>
<b>ИД-3.ОПК-3: Владеет навыками применения профессиональных стандартов и норм профессиональной этики; навыками самооценки, критического анализа особенностей своего профессионального поведения</b>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, принципы, функции и методы менеджмента и особенности их применения в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать факторы, влияющие на организацию и осуществление деятельности в сфере народной художественной культуры.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками и методами анализа факторов, влияющих на организацию и осуществление деятельности в сфере народной художественной культуры.</li> </ul>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Тема 1. Характеристика и специфика менеджмента в сфере народной художественной</b>						
1.1	Тема 1. Характеристика и специфика менеджмента в сфере народной художественной культуры Интерактивная лекция (лекция-беседа или "диалог с аудиторией") Понятие менеджмента и управления. Подходы к определению менеджмента. Объект и субъект управления. Результативность и эффективность процесса менеджмента. Основные функции менеджмента. Особенности работы современного менеджера. Современные научные подходы к менеджменту: процессный, системный и ситуационный, их содержание и отличительные особенности. Принципы менеджмента. Методы менеджмента. Особенности и основные виды деятельности в сфере народной художественной культуры. Виды организации в сфере народной художественной культуры.	5	1	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.2	Тема 1. Характеристика и специфика менеджмента в сфере народной художественной культуры Образовательные технологии: дискуссия, выполнение практических заданий, тестирование по теме План занятий: 1. Обсуждение вопросов по теме 2. Выполнение практических заданий /Пр/	5	1	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы
1.3	Тема 1. Характеристика и специфика менеджмента в сфере народной художественной культуры Содержание самостоятельной работы: 1. Изучение самостоятельно основной и дополнительной литературы по теме. 2. Подготовка к практическому занятию, тестированию и зачету. 3. Выполнение практического задания. Формы отчетности: опрос на	5	9	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
	<b>Раздел 2. Тема 2. Планирование деятельности в сфере народной художественной культуры</b>						

2.1	<p>Тема 2. Планирование деятельности в сфере народной художественной культуры</p> <p>Интерактивная лекция (лекция-беседа или "диалог с аудиторией")</p> <p>Понятие и виды планов. Принципы и методы планирования. Планирование видов деятельности в сфере народной художественной культуры. Цели и целеполагание управленческой деятельности в сфере народной художественной культуры. Требования, предъявляемые к целям. Классификация целей. Миссия, генеральная, общеорганизационные и специфические цели. Дерево целей. Процесс создания и планирования деятельности предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры. Стратегическое планирование, его место в системе управления в сфере народной художественной культуры. Понятие и этапы стратегического планирования деятельности в сфере народной художественной культуры. Методы стратегического анализа внешней и внутренней среды предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры. Текущее планирование и контроль. Контроль реализации стратегии, его инструменты (тактические и оперативные планы, бюджет). /Лек/</p>	5	1	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
2.2	<p>Тема 2. Планирование деятельности в сфере народной художественной культуры</p> <p>Образовательные технологии: дискуссия, выполнение практических заданий</p> <p>План занятий:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обсуждение вопросов по теме</li> <li>2. Выполнение практических заданий</li> </ol> /Пр/	5	2	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для
2.3	<p>Тема 2. Планирование деятельности в сфере народной художественной культуры</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение самостоятельно основной и дополнительной литературы по теме.</li> <li>2. Подготовка к практическому занятию, тестированию и зачету.</li> <li>3. Выполнение практического задания.</li> </ol> <p>Формы отчетности: опрос на практическом занятии, тест, письменная работа /Ср/</p>	5	8,2	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
	<b>Раздел 3. Тема 3. Управление персоналом в сфере народной художественной культуры</b>						

3.1	<p>Тема 3. Управление персоналом в сфере народной художественной культуры</p> <p>Лекция с применением презентации в MS Power Point.</p> <p>Категории персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.</p> <p>Должностные инструкции персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.</p> <p>Профессиональные стандарты в сфере народной художественной культуры.</p> <p>Нормативные документы по управлению персоналом в сфере народной художественной культуры.</p> <p>Система работы с персоналом в сфере народной художественной культуры.</p> <p>Наем, оценка и отбор персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.</p> <p>Оплата труда персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.</p> <p>Обучение персонала в сфере народной художественной культуры. Оценка и аттестация персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры. Мотивация персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры. /Лек/</p>	5	1	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
3.2	<p>Тема 3. Управление персоналом в сфере народной художественной культуры</p> <p>Образовательные технологии: дискуссия, заслушивание и обсуждение доклада, выполнение практических заданий</p> <p>План занятий:</p> <p>1. Обсуждение вопросов по теме, заслушивание и обсуждение доклада на темы: Профессиональные стандарты в сфере народной художественной культуры, Система работы с персоналом в сфере народной художественной культуры</p> <p>2. Выполнение практических заданий /Пр/</p>	5	2	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, доклад, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
3.3	<p>Тема 3. Управление персоналом в сфере народной художественной культуры</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Изучение самостоятельно основной и дополнительной литературы по теме.</p> <p>2. Подготовка доклада, к практическому занятию, тестированию и зачету.</p> <p>3. Выполнение практического задания.</p> <p>Формы отчетности: опрос на практическом занятии, доклад, тест, письменная работа /Ср/</p>	5	10	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, доклад, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
	<b>Раздел 4. Тема 4. Социально-психологические аспекты менеджмента в сфере народной художественной культуры</b>						



4.1	<p>Тема 4. Социально-психологические аспекты менеджмента в сфере народной художественной культуры</p> <p>Лекция с применением презентации в MS Power Point</p> <p>Понятие конфликта. Особенности конфликтов в сфере народной художественной культуры. Типология социальных конфликтов. Управление конфликтной ситуацией. Структурно-организационные способы предотвращения и разрешения конфликтов. Модель управления конфликтной ситуацией в сфере народной художественной культуры. Социально-психологический климат на предприятии (организации) сферы народной художественной культуры. Факторы, влияющие на формирование благоприятного социально-психологического климата в коллективе. /Лек/</p>	5	1	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
4.2	<p>Тема 4. Социально-психологические аспекты менеджмента в сфере народной художественной культуры</p> <p>Образовательные технологий: дискуссия, заслушивание и обсуждение доклада, тестирование по теме</p> <p>План занятий:</p> <p>1. Обсуждение вопросов по теме, заслушивание и обсуждение доклада на темы: Модель управления конфликтной ситуацией в сфере народной художественной культуры. Социально-психологический климат на предприятии (организации) сферы народной художественной культуры. /Пр/</p>	5	1	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, доклад, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
4.3	<p>Тема 4. Социально-психологические аспекты менеджмента в сфере народной художественной культуры</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Изучение самостоятельно основной и дополнительной литературы по теме.</p> <p>2. Подготовка доклада, к практическому занятию, тестированию и зачету.</p> <p>Формы отчетности: опрос на практическом занятии, доклад, тест /Ср/</p>	5	8,2	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, доклад, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
	<b>Раздел 5. Тема 5. Сущность и основные направления маркетинговой деятельности в сфере народной художественной культуры</b>						

5.1	<p>Тема 5. Сущность и основные направления маркетинговой деятельности в сфере народной художественной культуры</p> <p>Интерактивная лекция (лекция-визуализация)</p> <p>Сущность и основные определения маркетинга. Принципы, цели и задачи маркетинга. Основные функции и комплекс маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Сущность и специфика маркетинга в сфере народной художественной культуры. Основные цели, задачи и принципы маркетинга в сфере народной художественной культуры. Комплекс маркетинга в сфере народной художественной культуры. Сегментация рынка услуг в сфере народной художественной культуры. Процесс формирования стратегии маркетинга предприятия (организации) сферы народной художественной культуры. Понятие и виды услуг в сфере народной художественной культуры. Формирование продуктовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры. Формирование ценовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры. Формирование сбытовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры. Состав маркетинговых коммуникаций предприятия (организации) сферы народной художественной культуры. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Паблик рилейшнз. Методы стимулирования сбыта. /Лек/</p>	5	1	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
5.2	<p>Тема 5. Сущность и основные направления маркетинговой деятельности в сфере народной художественной культуры</p> <p>Образовательные технологии: дискуссия, заслушивание и обсуждение доклада, выполнение практических заданий, тестирование по теме</p> <p>План занятий:</p> <p>1. Обсуждение вопросов по теме, заслушивание и обсуждение доклада на тему: Маркетинговые стратегии в сфере народной художественной культуры</p> <p>2. Выполнение практических заданий /Пр/</p>	5	2	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, доклад, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету

5.3	Тема 5. Сущность и основные направления маркетинговой деятельности в сфере народной художественной культуры Содержание самостоятельной работы: 1. Изучение самостоятельно основной и дополнительной литературы по теме. 2. Подготовка доклада, к практическому занятию, тестированию и зачету. 3. Выполнение практического задания. Формы отчетности: опрос на практическом занятии, доклад, тест, письменная работа /Ср/	5	8	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, доклад, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
<b>Раздел 6. Тема 6. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры</b>							
6.1	Тема 6. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры Интерактивная лекция (лекция-визуализация) Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Источники и виды маркетинговой информации. Основные направления маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры. Маркетинговая среда предприятия (организации) сферы народной художественной культуры как объект исследования. Маркетинговые исследования рынка услуг в сфере народной художественной культуры. Маркетинговые исследования конкуренции и конкурентов. Маркетинговые исследования потребителей. /Лек/	5	1	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
6.2	Тема 6. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры Образовательные технологии: дискуссия, тестирование по теме План занятий: 1. Обсуждение результатов самостоятельной работы по выполнению маркетингового исследования рынка услуг в сфере народной художественной культуры 2. Итоговый тест /Пр/	5	2	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
6.3	Тема 6. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры Тема 3. Управление персоналом в сфере народной художественной культуры Содержание самостоятельной работы: 1. Изучение самостоятельно основной и дополнительной литературы по теме. 2. Подготовка к тестированию и зачету. 3. Выполнение практического задания. Формы отчетности: тест, письменная работа /Ср/	5	8	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Обсуждение вопросов по теме, выполнение практических заданий, проверочная работа по теме (решение теста), вопросы для подготовки к зачету
<b>Раздел 7. Консультации</b>							

7.1	Консультация по дисциплине /Конс/	5	0,6	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9 ИД-2.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
<b>Раздел 8. Промежуточная аттестация (зачёт)</b>							
8.1	Подготовка к зачёту /Зачёт/	5	3,85	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9 ИД-2.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
8.2	Контактная работа /КСРАТт/	5	0,15	ИД-1.УК-1 ИД-5.УК-1 ИД-1.ОПК-3 ИД-2.ОПК-3 ИД-3.ОПК-3 ИД-1.УК-9 ИД-2.УК-9	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Пояснительная записка

1. Назначение фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры».

2. Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего и промежуточного контроля в форме практических заданий, проверочных работ по темам, тем и вопросов для обсуждения (опроса) на занятии, для подготовки докладов, вопросов для подготовки к зачету.

### 5.2. Оценочные средства для текущего контроля

Примерные тесты для входного контроля

1. Менеджмент представляет собой:

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

2. Роль менеджера в управлении организацией:

- а) осуществление принятых решений
- б) сбор и распространение необходимой информации
- в) организация процесса производства
- г) формирование организационных отношений на основе мотивации и координации

3. В каких сферах жизнедеятельности имеет место менеджмент:

- а) политика
- б) наука
- в) коммерческий и некоммерческий бизнес
- г) все сферы

4. Традиционные требования, предъявляемые к менеджерам:

- а) коммуникабельность
- б) умение пользоваться современными техническими средствами
- в) знание финансовой стороны дела
- г) все перечисленное

5. Менеджер XXI века должен знать:

- а) социальную психологию
- б) культурологию
- в) финансы
- г) все перечисленное

6. Система мотивации труда работников предприятия (организации) сферы народной художественной культуры строится на основе:

- а) выявления потребностей работников;
- б) совершенствования системы оплаты персонала;
- в) ведения переговоров администрации с коллективом работников по улучшению условий труда;
- г) ежегодного заключения коллективного договора.

7. Психологические стрессы работников, осуществляющих функции менеджеров в сфере народной художественной культуры:

- а) негативно влияют на человека и нежелательны;
- б) являются приспособительной реакцией на изменения, происходящие в компании и ее внешней среде, и обеспечивают развитие человека и организации;
- в) недопустимы и должны предотвращаться; г) отрицательно характеризуют работника.

8. Маркетинговая среда предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры - это

- а) это совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами предприятия и влияющих на возможности руководства службой маркетинга устанавливать и поддерживать с целевыми клиентами успешное сотрудничество;
- б) это все экономические субъекты, с которыми предприятие сталкивается в процессе своей деятельности;
- в) это негосударственные субъекты, действующие на рынке, вместе с данным предприятием;
- г) это юридические лица, партнеры предприятия; д) это поставщики услуг.

9. Основными факторами макросреды предприятия (организации) сферы народной художественной культуры являются:

- а) демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, факторы культурного окружения;
- б) социально-политические, научно-технические, экономические, психографические, природные, факторы культурного окружения;
- в) экономические, политические, демографические, природные, культурные, поведенческие;
- г) демографические, экономические, природные, культурные, поведенческие;
- д) факторы культурного окружения, поведенческие, психографические факторы.

10. Если результаты деятельности работника предприятия (организации) сферы народной художественной культуры неудовлетворительны, то как руководителю предпочтительнее сообщить об этом:

- а) высказать свою оценку в СМИ фирмы;
- б) высказать свою оценку сотруднику публично;
- в) вообще не говорить работнику о характере данной ему оценки, а сразу принять соответствующие меры;
- г) высказаться в отношении отдельных достижений сотрудника и подробнее остановиться на тех результатах, которые не удовлетворяют руководство компании;
- д) возможны варианты а) и б)

11. Демократический стиль управления характеризуется:

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

12. Авторитарный стиль управления характеризуется:

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

Примерные тестовые задания для текущего контроля:

1. Что из перечисленного относится к административным методам управления:

- а) приказы и распоряжения
- б) ценообразование
- в) формирование психологического климата в коллективе
- г) страхование

2. Что из перечисленного относится к экономическим методам управления:

- а) социальный анализ коллектива

- б) планирование
  - в) моральное стимулирование
  - г) установка норм и стандартов
3. Планирование, охватывающее период от 1 до 3-5 лет и отражающее количественные показатели, называется:
- а) стратегическим;
  - б) среднесрочным;
  - в) краткосрочным;
  - г) текущим.
4. Цели организации должны удовлетворить такие основные требования:
- а) достижимость, конкретность, ориентация во времени;
  - б) достижимость и ориентация во времени;
  - в) ориентация во времени и конкретность;
  - г) достижимость;
  - д) ориентация во времени.
5. Последовательность осуществления функций стратегического управления предприятием (организацией) сферы народной художественной культуры состоит в последовательном формировании:
- а) миссии, информации об окружающей среде, прогнозов, системы долгосрочных целей, стратегических планов;
  - б) информации об окружающей среде, прогнозов, системы долгосрочных целей, стратегических планов, миссии;
  - в) прогнозов, стратегических планов, миссии, информации об окружающей среде, системы долгосрочных целей;
  - г) миссии, системы долгосрочных целей, информации об окружающей среде, прогнозов, стратегических планов.
6. Контроль - это:
- а) вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;
  - б) вид человеческой деятельности;
  - в) наблюдение за работой персонала организации;
  - г) постоянная проверка того, как организация осуществляет свои цели и корректирует свои действия.
7. Характерные черты стратегического планирования - это:
- а) направленность на долгосрочную перспективу; ориентация на достижение ключевых целей; увязка целей с имеющимися ресурсами и возможностями; учет воздействия внешних факторов на объекты планирования; адаптивность к изменяющимся условиям;
  - б) направленность на долгосрочную перспективу; ориентированность на целую группу результатов; адаптивность к изменяющимся условиям; увязка ресурсов во времени и друг с другом
  - в) целенаправленное решение нескольких проблем, наиболее важных для предприятия; всесторонний учет рисков и изменений экономической и политической ситуации; длительный срок выполнения плана (минимум 5 лет)
8. Процесс стратегического планирования включает следующие этапы:
- а) формулирование целей и задач; рассмотрение благоприятных и неблагоприятных перспектив для предприятия, связанных с условиями внешней среды; определение имеющихся ресурсов; разработка и внедрение стратегии
  - б) формулирование целей и задач; анализ внешнего окружения и имеющихся в распоряжении ресурсов; определение стратегически благоприятных обстоятельств; определение стратегически неблагоприятных угроз и обстоятельств; установление масштабов стратегии; принятие стратегии и ее внедрение; контроль
  - в) формулирование целей и задач; анализ имеющихся ресурсов и определение их количества на перспективу; определение угроз и благоприятных обстоятельств для внедрения стратегии; разработка стратегии; внедрение стратегии
10. Развитие персонала предприятия (организации) сферы народной художественной культуры - это:
- а) процесс подготовки сотрудника к выполнению новых производственных функций, занятию новых должностей, решению новых задач;
  - б) процесс периодической подготовки сотрудника на специализированных курсах;
  - в) обеспечение эффективной управленческой структуры и менеджеров для достижения организационных целей;
  - г) процесс аттестации персонала;
  - д) периодическое обновление кадрового состава организации.
11. К структурным методам управления конфликтами могут быть отнесены:
- а) попытка руководителя решить конфликт без учета интересов одной из сторон;
  - б) принятие уступок в своих исходных позициях каждой из сторон конфликта;
  - в) внесение изменений в составе подразделений и системе их взаимодействия;
  - г) попытки игнорировать наличие конфликта.
12. Психологические стрессы работников, осуществляющих функции менеджеров в сфере народной художественной культуры:
- а) негативно влияют на человека и нежелательны;
  - б) являются приспособительной реакцией на изменения, происходящие в компании и ее внешней среде, и обеспечивают развитие человека и организации;

- в) недопустимы и должны предотвращаться;
- г) отрицательно характеризуют работника.

13. Если результаты деятельности работника предприятия (организации) сферы народной художественной культуры неудовлетворительны, то как руководителю предпочтительнее сообщить об этом:

- а) высказать свою оценку в СМИ фирмы;
- б) высказать свою оценку сотруднику публично;
- в) вообще не говорить работнику о характере данной ему оценки, а сразу принять соответствующие меры;
- г) высказаться в отношении отдельных достижений сотрудника и подробнее остановиться на тех результатах, которые не удовлетворяют руководство компании;
- д) возможны варианты а) и б)

14. Какое из перечисленных определений принадлежит Филиппу Котлеру?

- а) маркетинг – это философия, стратегия и тактика поведения и взаимодействия участников рыночных отношений, на основании которых эффективное решение проблем потребителей ведет к рыночному успеху фирм и дает пользу обществу;
- б) маркетинг – это система внутрифирменного управления, направленная на учет рыночного спроса, потребностей и требований конкретных потребителей к товару для обоснованной ориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности фирм с целью обеспечения намеченного фирмой уровня рентабельности;
- в) маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение потребностей посредством обмена;
- г) маркетинг – это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.

15. Предприятие (организация) сферы народной художественной культуры сегментирует потребителей (туристов) по психографическому принципу. Какой при этом данное предприятие может использовать признак?

- а) вид (род) занятий;
- б) стиль жизни;
- в) количество членов семьи;
- г) реакция на маркетинговые воздействия.

16. Стадия жизненного цикла продукта (услуги) предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, на которой проявляется «феномен верности» (желание воспользоваться услугами предприятия еще раз) проявляется на этапе:

- а) внедрения;
- б) роста;
- в) зрелости;
- г) спада.

17. Понятие «продукт с подкреплением» отражает:

- а) содержательный аспект продукта (удовлетворение потребности);
- б) формальный аспект продукта (определенные свойства и характеристики (качество продукта));
- в) аспект, связанный с дополнительной помощью клиенту (качество обслуживания, консультации и т.п.);
- г) все составные части продукта (качество, цена и т.д.).

18. Система внутренней маркетинговой информации предполагает:

- а) внедрение новейших информационных технологий и информационных сетей;
- б) использование источников и методических приемов, с помощью которых можно получить информацию о событиях и ситуациях, складывающихся во внешней маркетинговой среде;
- в) принятие маркетинговых решений;
- г) возможность аккумуляции и поиска необходимых сведений внутри самого предприятия.

19. Назовите метод сбора первичной информации при проведении маркетингового исследования посредством фиксации функционирования исследуемых объектов без установления исследователями контактов с ними и при отсутствии контроля за факторами, влияющими на их поведение:

- а) опрос
- б) наблюдение;
- в) эксперимент;
- г) имитация;
- д) панель.

20. Назовите метод сбора первичной информации при проведении маркетингового исследования о поведении исследуемых объектов, предусматривающий установление исследователями контроля за всеми факторами, влияющими на функционирование этих объектов. Целью исследования, проводимого с помощью данного метода, является установление причинно-следственных связей между факторами маркетинга и поведением исследуемых объектов:

- а) опрос
- б) наблюдение;
- в) эксперимент;

- г) имитация;
- д) панель.

#### Критерии оценки:

«отлично», повышенный уровень

Даны верные ответы на 84-100% вопросов.

«хорошо», пороговый уровень

Даны верные ответы на 66-83% вопросов.

«удовлетворительно», пороговый уровень

Даны верные ответы на 50-65% вопросов.

«неудовлетворительно», уровень не сформирован

Даны верные ответы на менее 50% вопросов.

#### Практические задания

##### Тема 1. Характеристика и специфика менеджмента в сфере народной художественной культуры

Практическое задание 1. На основе системного и процессного подхода составьте логическую схему деятельности известного Вам предприятия (организации) сферы народной художественной культуры, дайте характеристику каждого элемента системы и процесса.

Практическое задание 2. Охарактеризуйте особенности и факторы внешней среды известного Вам предприятия (организации) сферы народной художественной культуры:

- перечислите факторы внешней среды прямого и косвенного влияния;
- дайте общую характеристику воздействия внешней среды на деятельность данного предприятия;
- более подробно (на конкретных примерах) охарактеризуйте влияние на деятельность данного предприятия экономических, природно-климатических и культурных факторов;
- определите особенности взаимодействия данного предприятия с поставщиками, потребителями и конкурентами (направления взаимодействия, методы и условия повышения эффективности взаимодействия).

Практическое задание 3. Охарактеризуйте особенности и элементы внутренней среды известного Вам предприятия (организации) сферы народной художественной культуры:

- перечислите факторы внутренней среды данного предприятия;
- дайте общую характеристику элементов внутренней среды данного предприятия;
- более подробно (на конкретных примерах) охарактеризуйте такие элементы внутренней среды данного предприятия как: цели, технология, организационная культура;
- определите особенности организационной культуры данного предприятия.

##### Тема 2. Планирование деятельности в сфере народной художественной культуры

Практическое задание 1. Вам необходимо открыть новое предприятие (организацию) в сфере народной художественной культуры. Для этого определите и обоснуйте вид деятельности, перечень услуг (продуктов), которые будет оказывать (или производить) данное предприятие. Составьте план обеспечения деятельности данного предприятия необходимыми ресурсами.

Практическое задание 2. На примере предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренной в предыдущем задании, разработайте миссию и составьте дерево целей.

Практическое задание 3. На примере предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренной в предыдущем задании, разработайте план стратегических мероприятий на 5 лет для данного предприятия. Разработайте несколько вариантов таких стратегических мероприятий на 5 лет.

##### Тема 3. Управление персоналом в сфере народной художественной культуры

Практическое задание 1. На примере предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренного в предыдущих заданиях, разработайте план мероприятий по набору необходимого персонала.

Сформулируйте перечень требований к персоналу, который необходим для реализации целей создаваемого предприятия.

Практическое задание 2. Разработайте должностную инструкцию для одной из должностей персонала, которые будут предусмотрены на создаваемом предприятии (организации) в сфере народной художественной культуры.

Практическое задание 3. Разработайте программу обучения персонала предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренного в предыдущих заданиях, на рабочем месте и вне рабочего места.

##### Тема 5. Сущность и основные направления маркетинговой деятельности в сфере народной художественной культуры

Практическое задание 1. На примере предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренного в предыдущих заданиях, разработайте ценовую политику: определите цены на основные виды услуг (продуктов), которые будет оказывать данное предприятия, разработайте систему ценовых скидок, разработайте ценовые стратегии, возможные для применения на данном предприятии.

Практическое задание 2. На примере предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренного в предыдущих заданиях, разработайте сбытовую политику: определите каналы сбыта основных видов услуг (продуктов), которые будет оказывать данное предприятия.



Практическое задание 3. На примере предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренного в предыдущих заданиях, разработайте политику продвижения основных видов услуг (продуктов), которые будет оказывать данное предприятие, разработайте систему рекламных мероприятий, возможных для применения на данном предприятии.

Тема 6. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры

Практическое задание 1. На примере предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренной в предыдущих заданиях, проведите маркетинговое исследование рынка сбыта, изучите спрос на основные виды услуг (продуктов), которые будет оказывать данное предприятие. Оцените условия, которые будут влиять на деятельность данного предприятия на этом рынке.

Практическое задание 2. На примере предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры, рассмотренной в предыдущих заданиях, проведите маркетинговое исследование конкурентов, изучите их положительные и отрицательные стороны. Определите конкурентные преимущества данного предприятия по сравнению с конкурентами.

Критерий оценки:

«отлично», повышенный уровень

Практическое задание выполнено в полном объеме и правильно. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную и дополнительную литературу.

Студент выполнил задание самостоятельно.

«хорошо», пороговый уровень

Практическое задание выполнено в полном объеме, но есть отдельные замечания по содержанию задания. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную и дополнительную литературу. Студент выполнил задание самостоятельно.

«удовлетворительно», пороговый уровень

Практическое задание выполнено не в полном объеме и есть замечания по содержанию. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную литературу. Студент выполнил задание самостоятельно.

«неудовлетворительно», уровень не сформирован

Практическое задание выполнено не в полном объеме и с ошибками. Сложно оценить самостоятельность выполнения задания.

Вопросы по теме (для обсуждения, опроса)

Тема 1. Характеристика и специфика менеджмента в сфере народной художественной культуры

Вопросы по теме (для обсуждения, опроса):

1. Понятие менеджмента и управления. Подходы к определению понятия «менеджмент».
2. Объект и субъект управления. Результативность и эффективность процесса менеджмента.
3. Основные функции менеджмента.
4. Особенности работы современного менеджера.
5. Современные научные подходы к менеджменту: процессный, системный и ситуационный, их содержание и отличительные особенности.
6. Принципы менеджмента.
7. Методы менеджмента.
8. Особенности и основные виды деятельности в сфере народной художественной культуры.
9. Виды организации в сфере народной художественной культуры.

Тема 2. Планирование деятельности в сфере народной художественной культуры Вопросы по теме (для обсуждения, опроса):

1. Понятие и виды планов. Принципы и методы планирования.
2. Планирование видов деятельности в сфере народной художественной культуры.
3. Цели и целеполагание управленческой деятельности в сфере народной художественной культуры.
4. Процесс создания и планирования деятельности предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры.
5. Понятие и этапы стратегического планирования деятельности в сфере народной художественной культуры.
6. Методы стратегического анализа внешней и внутренней среды предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры.
7. Контроль реализации стратегии, его инструменты (тактические и оперативные планы, бюджет).

Тема 3. Управление персоналом в сфере народной художественной культуры Вопросы по теме (для обсуждения, опроса):

1. Категории персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
2. Должностные инструкции персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
3. Профессиональные стандарты в сфере народной художественной культуры.
4. Нормативные документы по управлению персоналом в сфере народной художественной культуры.
5. Наем, оценка и отбор персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
6. Оплата труда персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
7. Обучение персонала в сфере народной художественной культуры.
8. Оценка и аттестация персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
9. Мотивация персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.

Тема 4. Социально-психологические аспекты менеджмента в сфере народной художественной культуры

Вопросы по теме (для обсуждения, опроса):

1. Понятие конфликта. Особенности конфликтов в сфере народной художественной культуры.
2. Типология социальных конфликтов.
3. Структурно-организационные способы предотвращения и разрешения конфликтов.
4. Модель управления конфликтной ситуацией в сфере народной художественной культуры.
5. Социально-психологический климат на предприятии (организации) сферы народной художественной культуры.
6. Факторы, влияющие на формирование благоприятного социально- психологического климата в коллективе

Тема 5. Сущность и основные направления маркетинговой деятельности в сфере народной художественной культуры

Вопросы по теме (для обсуждения, опроса):

1. Сущность и основные определения маркетинга. Принципы, цели и задачи маркетинга. Основные функции и комплекс маркетинга.
2. Сущность и специфика маркетинга в сфере народной художественной культуры.
3. Сегментация рынка услуг в сфере народной художественной культуры.
4. Понятие и виды услуг в сфере народной художественной культуры.
5. Формирование продуктовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры.
6. Формирование ценовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры.
7. Формирование сбытовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры.
8. Состав маркетинговых коммуникаций предприятия (организации) сферы народной художественной культуры.

Тема 6. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры

Вопросы по теме (для обсуждения, опроса):

1. Сущность, виды и принципы, методы маркетинговых исследований.
2. Процесс маркетингового исследования.
3. Основные направления маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры.
4. Маркетинговая среда предприятия (организации) сферы народной художественной культуры как объект исследования.
5. Маркетинговые исследования рынка услуг в сфере народной художественной культуры.
6. Маркетинговые исследования конкуренции и конкурентов в сфере народной художественной культуры.
7. Маркетинговые исследования потребителей в сфере народной художественной культуры.

Критерии оценки:

«отлично», повышенный уровень

При участии в обсуждении вопросов (дискуссии, опросе) студент

использовал знания по теме, полученные не только на лекционных занятиях, но из основной литературы и дополнительных источников. При этом студент показал способность анализировать и интерпретировать данные, умение отстаивать свое мнение и слушать других, способности аргументировано и логически верно формулировать свои мысли.

На все дополнительные вопросы даны верные ответы.

«хорошо», пороговый уровень

При участии в обсуждении вопросов (дискуссии) студент использовал знания по теме, полученные на лекционных занятиях и из основной литературы. При этом студент на должном уровне показал способность анализировать и интерпретировать данные, умения отстаивать свое мнение и слушать других, способности аргументировано и логически верно формулировать свои мысли.

Отдельные вопросы, заданные студенту, вызвали затруднения.

«удовлетворительно», пороговый уровень

При участии в обсуждении вопросов (дискуссии) студент использовал знания по теме, полученные только на лекционных занятиях. При этом студент слабо показал способность анализировать и интерпретировать данные, умения отстаивать свое мнение и слушать других, не полностью проявил способности аргументировано и логически верно формулировать свои мысли. Вопросы, заданные студенту дополнительно, вызвали затруднения.

«неудовлетворительно», уровень не сформирован

При участии в обсуждении вопросов (дискуссии) студент не показал знания. При этом студент не показал умения отстаивать свое мнение и слушать других, способности аргументировано и логически верно формулировать свои мысли.

### 5.3. Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Темы для доклада

Тема 3. Управление персоналом в сфере народной художественной культуры

Подготовка докладов с презентацией в MS Power Point на темы:

1. Профессиональные стандарты в сфере народной художественной культуры
2. Система работы с персоналом в сфере народной художественной культуры

Тема 4. Социально-психологические аспекты менеджмента в сфере народной художественной культуры

Подготовка докладов с презентацией в MS Power Point на темы:

1. Модель управления конфликтной ситуацией в сфере народной художественной культуры.
2. Социально-психологический климат на предприятии (организации) сферы народной художественной культуры.

Тема 5. Сущность и основные направления маркетинговой деятельности в сфере народной художественной культуры

Подготовка докладов с презентацией в MS Power Point на тему:

1. Маркетинговые стратегии в сфере народной художественной культуры.

Критерии оценки:

Доклад должен иметь следующую структуру:

- титульный лист
- оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);
- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);
- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);
- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);
- список использованных источников.

«отлично», повышенный уровень

Содержание доклада соответствует требованиям к содержанию и структуре доклада. Тема доклада раскрыта полностью. Выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, изложение материала логично, доступно. На основе представленной презентации формируется полное понимание тематики исследования, раскрыты детали. Презентация полностью соответствует установленным требованиям. При подготовке доклада использованы различные актуальные источники информации. Все ответы на вопросы по докладу при его обсуждении исчерпывающие, аргументированные, корректные. Выступление докладчика полностью соответствует критериям ораторского искусства.

«хорошо», пороговый уровень

Содержание доклада за исключением отдельных моментов, соответствует требованиям к содержанию и структуре доклада. Тема раскрыта в достаточной степени, но не полностью, приведены примеры из практики. Информации представлено недостаточно; в отдельных случаях нарушена логика в изложении материала, не совсем доступно. На основе представленной презентации формируется общее понимание тематики исследования, но не ясны детали. При подготовке доклада использованы различные актуальные источники информации. Не все ответы на вопросы по докладу при его обсуждении исчерпывающие, аргументированные, корректные.

«удовлетворительно», пороговый уровень

Содержание доклада частично соответствует требованиям к содержанию и структуре доклада. Раскрыта малая часть темы; поиск информации проведен поверхностно; в изложении материала отсутствует логика, доступность. На основе представленной презентации не совсем понятна тематика исследования, детали не раскрыты. При подготовке доклада использованы не актуальные источники информации. При обсуждении доклада ответов на вопросы не было, или они не соответствовали заданным вопросам. Выступление докладчика частично соответствует критериям ораторского искусства.

«неудовлетворительно», уровень не сформирован

Содержание темы не раскрыто, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

### 5.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки к зачету

1. Понятие менеджмента и управления. Подходы к определению менеджмента.
2. Основные функции менеджмента.
3. Современные научные подходы к менеджменту: процессный, системный и ситуационный, их содержание и отличительные особенности.
4. Принципы и методы менеджмента: сущность, особенности применения на практике.
5. Особенности и основные виды деятельности в сфере народной художественной культуры.
6. Виды организации в сфере народной художественной культуры.
7. Специфика менеджмента в сфере народной художественной культуры.
8. Понятие и виды планов. Принципы и методы планирования.

9. Процесс создания и планирования деятельности предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры.
10. Понятие и этапы стратегического планирования деятельности в сфере народной художественной культуры.
11. Методы стратегического анализа внешней и внутренней среды предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры.
12. Текущее планирование и контроль деятельности предприятия (организации) в сфере народной художественной культуры.
13. Категории персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры и их должностные инструкции.
14. Профессиональные стандарты в сфере народной художественной культуры.
15. Нормативные документы по управлению персоналом в сфере народной художественной культуры.
16. Наем, оценка и отбор персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
17. Оплата труда персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
18. Обучение персонала в сфере народной художественной культуры.
19. Оценка и аттестация персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
20. Мотивация персонала на предприятиях (организациях) сферы народной художественной культуры.
21. Понятие, типы и особенности конфликтов в сфере народной художественной культуры.
22. Структурно-организационные способы предотвращения и разрешения конфликтов.
23. Модель управления конфликтной ситуацией в сфере народной художественной культуры.
24. Социально-психологический климат на предприятии (организации) сферы народной художественной культуры.
25. Сущность и основные определения маркетинга. Принципы, цели и задачи маркетинга. Основные функции и комплекс маркетинга.
26. Сущность и специфика маркетинга в сфере народной художественной культуры.
27. Комплекс маркетинга в сфере народной художественной культуры.
28. Сегментация рынка услуг в сфере народной художественной культуры.
29. Процесс формирования стратегии маркетинга предприятия (организации) сферы народной художественной культуры.
30. Понятие и виды услуг в сфере народной художественной культуры.
31. Формирование продуктовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры.
32. Формирование ценовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры.
33. Формирование сбытовой политики предприятия (организации) сферы народной художественной культуры.
34. Состав маркетинговых коммуникаций предприятия (организации) сферы народной художественной культуры. Реклама и Паблик рилейнз. в комплексе маркетинговых коммуникаций.
35. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований.
36. Методы и процесс маркетинговых исследований.
37. Основные направления маркетинговых исследований в сфере народной художественной культуры.
38. Маркетинговая среда предприятия (организации) сферы народной художественной культуры как объект исследования.
39. Маркетинговые исследования рынка услуг в сфере народной художественной культуры.
40. Маркетинговые исследования конкуренции и конкурентов в сфере народной художественной культуры.
41. Маркетинговые исследования потребителей на рынке услуг в сфере народной художественной культуры.

Критерии оценки:

«зачтено», повышенный и пороговый уровень

Студент показал знание основных положений дисциплины, и показал способность применять знания по менеджменту и маркетингу в сфере народной художественной культуры.

«незачтено», уровень не сформирован

При ответе студента выявились существенные пробелы в знаниях основных положений дисциплины, не показал достаточный уровень способности применять знания по менеджменту и маркетингу в сфере народной художественной культуры.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.	Маркетинг: учебное пособие	Саратов: Научная книга, 2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81021.html">http://www.iprbookshop.ru/81021.html</a>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.2	Демура Н. А.	Экономика и организация производства предприятий народных промыслов: учебное пособие	Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2019	<a href="https://www.iprbookshop.ru/106227.html">https://www.iprbookshop.ru/106227.html</a>
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Афонасова М.А.	Маркетинг: учебное пособие	Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72119.html">http://www.iprbookshop.ru/72119.html</a>

<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>	
6.3.1.1	MS Office
6.3.1.2	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ
6.3.1.3	MS WINDOWS
6.3.1.4	NVDA
6.3.1.5	Яндекс.Браузер
6.3.1.6	LibreOffice
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>	
6.3.2.1	Электронно-библиотечная система IPRbooks
6.3.2.2	База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета»
6.3.2.3	Гарант
6.3.2.4	КонсультантПлюс

<b>7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ</b>	
	лекция-визуализация
	презентация
	выполнение практических заданий
	подготовка доклада
	лекция-беседа или "диалог с аудиторией"

<b>8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>		
Номер аудитории	Назначение	Основное оснащение
208 А4	Читальный зал. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Компьютеры с доступом в Интернет, проектор, экран, копировальный аппарат, многофункциональное устройство, выставочные стеллажи, печатные издания.
204 Б2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочее место преподавателя. Посадочные места для обучающихся (по количеству обучающихся) шкаф, мольберты, краски, кисти.

201 Б1	Кабинет методики преподавания информатики. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Маркерная ученическая доска, экран, мультимедиапроектор. Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся), компьютеры с доступом к Интернет
102 А1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места для обучающихся (по количеству обучающихся). Компьютер, проектор, экран настенно-потолочный рулонный, ноутбук, ученическая доска, презентационная трибуна

### 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции, с одной стороны – это одна из основных форм учебных занятий в высших учебных заведениях, представляющая собой систематическое, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела конкретной науки или учебной дисциплины, с другой – это особая форма самостоятельной работы с учебным материалом. Лекция не заменяет собой книгу, она только подталкивает к ней, раскрывая тему, проблему, выделяя главное, существенное, на что следует обратить внимание, указывает пути, которым нужно следовать, добиваясь глубокого понимания поставленной проблемы, а не общей картины.

Работа на лекции – это сложный процесс, который включает в себя такие элементы как слушание, осмысление и собственно конспектирование. Для того, чтобы лекция выполнила свое назначение, важно подготовиться к ней и ее записи еще до прихода преподавателя в аудиторию. Без этого дальнейшее восприятие лекции становится сложным. Лекция в университете рассчитана на подготовленную аудиторию. Преподаватель излагает любой вопрос, ориентируясь на те знания, которые должны быть у студентов, усвоивших материал всех предыдущих лекций. Важно научиться слушать преподавателя во время лекции, поддерживать непрерывное внимание к выступающему.

Однако, одного слушания недостаточно. Необходимо фиксировать, записывать тот поток информации, который сообщается во время лекции – научиться вести конспект лекции, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Для ведения конспекта лекции следует использовать тетрадь. Ведение конспекта на листочках не рекомендуется, поскольку они не так удобны в использовании и часто теряются. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции. Составляя конспект лекции, следует оставлять значительный интервал между строчками. Это связано с тем, что иногда возникает необходимость вписать в первоначальный текст лекции одну или несколько строчек, имеющих принципиальное значение и почерпнутых из других источников. Расстояние между строками необходимо также для подчеркивания слов или целых групп слов (такое подчеркивание вызывается необходимостью привлечь внимание к данному месту в тексте при повторном чтении). Обычно подчеркивают определения, выводы.

Также важно полностью без всяких изменений вносить в тетрадь схемы, таблицы, чертежи и т.п., если они предполагаются в лекции. Для того, чтобы совместить механическую запись с почти дословным фиксированием наиболее важных положений, можно использовать системы условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким.

Семинарские (практические) занятия Самостоятельная работа студентов по подготовке к семинарскому (практическому) занятию должна начинаться с ознакомления с планом семинарского (практического) занятия, который включает в себя вопросы, выносимые на обсуждение, рекомендации по подготовке к семинару (практическому занятию), рекомендуемую литературу к теме. Изучение материала следует начать с просмотра конспектов лекций. Восстановив в памяти материал, студент приводит в систему основные положения темы, вопросы темы, выделяя в ней главное и новое, на что обращалось внимание в лекции. Затем следует внимательно прочитать соответствующую главу учебника.

Для более углубленного изучения вопросов рекомендуется конспектирование основной и дополнительной литературы. Читая рекомендованную литературу, не стоит пассивно принимать к сведению все написанное, следует анализировать текст, думать над ним, этому способствуют записи по ходу чтения, которые превращают чтение в процесс. Записи могут вестись в различной форме: развернутых и простых планов, выписок (тезисов), аннотаций и конспектов.

Подобрав, отработав материал и усвоив его, студент должен начать непосредственную подготовку своего выступления на семинарском (практическом) занятии для чего следует продумать, как ответить на каждый вопрос темы.

По каждому вопросу плана занятий необходимо подготовиться к устному сообщению (5-10 мин.), быть готовым принять участие в обсуждении и дополнении докладов и сообщений (до 5 мин.).

Выступление на семинарском (практическом) занятии должно удовлетворять следующим требованиям: в нем излагаются теоретические подходы к рассматриваемому вопросу, дается анализ принципов, законов, понятий и категорий; теоретические положения подкрепляются фактами, примерами, выступление должно быть аргументированным.

Самостоятельная работа обучающихся – это планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Объем самостоятельной работы определяется учебным планом основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), рабочей программой дисциплины (модуля).

Самостоятельная работа организуется и проводится с целью формирования компетенций, понимаемых как способность применять знания, умения и личностные качества для успешной практической деятельности, в том числе:

- формирования умений по поиску и использованию нормативной, правовой, справочной и специальной литературы, а также других источников информации;
- качественного освоения и систематизации полученных теоретических знаний, их углубления и расширения по применению на уровне межпредметных связей;
- формирования умения применять полученные знания на практике (в профессиональной деятельности) и закрепления практических умений обучающихся;
- развития познавательных способностей, формирования самостоятельности мышления обучающихся;
- совершенствования речевых способностей обучающихся;
- формирования необходимого уровня мотивации обучающихся к систематической работе для получения знаний, умений и владений в период учебного семестра, активности обучающихся, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирования способностей к саморазвитию (самопознанию, самоопределению, самообразованию, самосовершенствованию, самореализации и саморегуляции);
- развития научно-исследовательских навыков;
- развития навыков межличностных отношений.

К самостоятельной работе по дисциплине (модулю) относятся: проработка теоретического материала дисциплины (модуля); подготовка к семинарским и практическим занятиям, в т.ч. подготовка к текущему контролю успеваемости обучающихся (текущая аттестация); подготовка к лабораторным работам; подготовка к промежуточной аттестации (зачётам, экзаменам).

Виды, формы и объемы самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины (модуля) определяются:

- содержанием компетенций, формируемых дисциплиной (модулем);
- спецификой дисциплины (модуля), применяемыми образовательными технологиями;
- трудоемкостью СР, предусмотренной учебным планом;
- уровнем высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура, аспирантура), на котором реализуется ОПОП;
- степенью подготовленности обучающихся.

Методические указания по подготовке доклада

Доклад, как вид самостоятельной работы в учебном процессе, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить.

Основные этапы работы над докладом

1. Формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию.
2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правильно, при разработке доклада используется не менее 8-10 различных источников).
3. Обработка и систематизация информации.
4. Разработка плана доклада.
5. Написание доклада.
6. Публичное выступление с результатами исследования.

Доклад должен иметь следующую структуру:

- титульный лист
- оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);
- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);
- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);
- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);
- список использованных источников.

Методические указания по работе с литературой

При изучении курса следует, прежде всего, использовать учебники, учебные пособия, указанные в списке основной и дополнительной литературы. При использовании иной учебной литературы, следует убедиться в актуальности той информации, которая в ней приведена. Прежде всего, необходимо обратить внимание на год выпуска литературы следует использовать литературу не ранее 2014 года издания, предпочтительнее всего 2015 – 2023 года издания как наиболее актуальную.

Начиная работу с литературой, студент должен, прежде всего, записать библиографические данные анализируемого источника с учетом требований стандарта к оформлению списка литературы.