

Федеральное агентство по образованию Российской Федерации
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Ивановский государственный химико-технологический университет
Гуманитарный факультет
Кафедра истории и культурологии

“УТВЕРЖДАЮ”
Проректор по учебной работе

_____ Рыбкин В.В.
“_____” _____ 200_ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
По дисциплине
**“ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
СОЦИОКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА”**

Для магистров: культурология

Курс: пятый | Семестр: девятый

Всего часов по дисциплине (трудоемкость): 100 час.

Аудиторные занятия: 36 час. | Лекционные занятия: 18 час.

Практические занятия (семинары): 18 час. | Лабораторные занятия: --

Самостоятельная работа: 64 час. | Курсовой проект (работа): --

Экзамен: 9семестр | Зачет: --

Рабочая программа составлена на основании требований Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (второго поколения) по дисциплине “Экономические основы социокультурного менеджмента”.

Программу составила: доцент Миролюбова А.А.

Введение

Курс «Экономические основы социокультурного менеджмента» ориентирован на развитие креативного мышления слушателей с учетом специфики реалий современных рыночных отношений.

Цель изучения дисциплины.

Цель курса - научить студента практически объединять две различные сферы человеческой деятельности - МЕНЕДЖМЕНТ и КУЛЬТУРУ - в условиях социокультурного проектирования.

Центральные задачи курса:

- развитие креативного мышления;
- практическая реализация и анализ деятельности профессионального арт-менеджера.

Слушатели должны уметь практически сочетать маркетингового типа мышление с высшими достижениями культуры и искусства; знать научно-теоретические обоснования междисциплинарного понятия – менеджер в сфере культуры (арт-менеджер); практические инновационные результаты, которые может и должно иметь данное направление; определять сферу социальной ответственности арт-менеджера в сравнении с развитием общества для его профессиональной карьеры, навыков и качеств.

Требования к знаниям и умениям по дисциплине.

Учебный процесс по курсу осуществляется в виде лекций, практикумов, ролевых и командных игр, творческих домашних и аудиторных заданий. Благодаря усвоению содержания данного курса, слушатели смогут подняться с уровня понимания проблем в рамках одной дисциплины (специализации, работы и т.п.) до уровня деятельного, междисциплинарного, межсекторального подхода к принятию решений. Особую роль играет развитие творческого подхода и воображения в плане концепции «креативный город», поиск и нахождения инвесторов, спонсоров (фандрейзинг), развитие прогностических и аналитических способностей (составление бизнес-плана). Формируется представление о творческом проекте как одном из возможных и перспективных условий повышения культурного и социального статуса творческого объединения, института, местности, города.

Содержание тем курса.

Тема 1. Сфера культуры и технология менеджмента

Культура, сфера культуры и менеджмент. Система механизмов менеджмента. Необходимость технологического представления менеджмента. Организационно-административный механизм. Экономический механизм. Работа с персоналом. Информационный механизм. Особенности менеджмента в сфере культуры . Сфера культуры как сфера услуг. Проблема единства механизмов менеджмента в сфере культуры. Опыт и итоги административных нововведений в сфере культуры России.

Эволюция технологии менеджмент. Компетентность современного менеджера и гуманитарная культура.

Лекции: 2 часа. Практические занятия: 2 часа Самостоятельная работа: 3 часа

Тема 2. Организационно-экономические условия менеджмента в сфере культуры

Государственное регулирование в сфере культуры. Возможные роли государства в управлении сферой культуры. Международные акты и отечественное законодательство по культуре. Органы государственного управления сферой культуры. Информационное обеспечение управления в сфере культуры. Негосударственная поддержка социально-культурной сферы. Спонсорство, благотворительность, патронаж. Цели и формы спонсорства. Благотворительность; проблемы и организация. Некоммерческие организации, фонды. Источники финансирования работы учреждений культуры

Лекции: 2 часа. Практические занятия: 2 часа. Самостоятельная работа: 4 часа (знакомство с литературой по теме).

Тема 3. Технология организационного и финансового обеспечения социально-культурной деятельности

Определение приоритетов поддержки и развития культуры. «Американская» модель: отказ от определения приоритетов «Постсоветская» модель: «научно обоснованные» приоритеты «Общественно-государственная» модель определения приоритетов. Культурные программы как метод управления. Роль, значение и содержание культурных программ. Технология разработки и обеспечения реализации культурных программ. Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников (фандрейзинг). Организационное и техническое обеспечение Фандрейзинга. Планирование фандрейзинговой кампании Информационное обеспечение фандрейзинга. Виды и размеры возможных субсидий. Контакты с потенциальными донорами. Специальные мероприятия. Фандрейзинг по почте и по телефону. Анализ эффективности фандрейзинга. Разработка организационных документов.

Лекции: 4 часа. Практические занятия: 2 часа Самостоятельная работа: 4 часа

Тема 4. Маркетинг и культура

Маркетинг и культурно-исторический опыт. Эволюция маркетинга и культура современного общества развитие сферы культуры и маркетинг. Коммерческая сфера культуры и маркетинг. Социальный маркетинг. Нонпрофитная сфера культуры и маркетинг некоммерческих организаций. Условия эффективного использования маркетинга в сфере культуры. Сфера культуры России и маркетинг. Стратегии маркетинга. Стратегия и плакирование в условиях рынка. Типы и виды стратегий маркетинга. Зона деловой активности, маркетинговый комплекс и бизнес-плана. Товарная стратегия идея товара. Требования рынка к товару. Функциональный анализ товара. Анализ места в конкуренции. Жизненный цикл товара и стратегия маркетинга. Лицензионная стратегия. Сертификация. Ценовая стратегия. Соотношение цены, спроса и предложения. Определение емкости рынка. Определение издержек. Определение ценовой ситуации. Определение метода ценообразования. Ценовая политика фирмы. Решение — выбор цены. Функционально-стоимостный анализ как синтез товарной и ценовой стратегии. Стратегия реализации. Каналы распределения. Товародвижение. Реализация. Стратегия продвижения. Коммуникация. Реклама. Стимулирование продаж

Лекции: 4 часа. Практические занятия: 4 часа. Самостоятельная работа: 6 часов.

Тема 5. Технология планирования

Виды планов в сфере культуры. Организация плановой деятельности (этапы планирования). Организационно-подготовительный этап. Этап разработки проекта плана. Этап согласования и утверждения плана. Этап пропаганды и организации контроля выполнения плана. Методы планирования. Аналитическое планирование. Нормативное планирование. Целевое обоснование планов. Планирование материального и финансового обеспечения (балансовые методы планирования). Планирование организационного обеспечения (матричный и сетевой план).

Лекции: 2 часа. Практические занятия: 4 часа. Самостоятельная работа: 4 часа (знакомство с литературой по теме).

Тема 6. Учет, отчетность и контроль

Роль и значение учета, отчетности и контроля. Виды учета и отчетности, требования к их организации. Текущий учет. Статистический учет и отчетность. Творческий отчет. Технология контроля. Виды и типы контроля. Средства и формы контроля. Организация (этапы) проведения ревизии.

Лекции: 2 часа. Самостоятельная работа: 3 часа (знакомство с литературой по теме).

Тема 7. Работа с персоналом

Система работы с персоналом. Персонал в сфере культуры и кадровая политика. Требования к работникам сферы культуры и проблемы их подготовки. Содержание и методы подбора компетентного персонала. Требования к расстановке кадров. Санкции. Оценка и аттестация. Переподготовка и повышение квалификации. Управление сопротивлением. Принудительное нововведение. Адаптивное нововведение. Кризисное нововведение.

Лидерство и стили руководства. Лидерство и социально-психологическое содержание руководства. Виды стилей руководства. Факторы формирования и динамика развития стилей руководства. Стимулирование и мотивация. Виды и методы стимулирования. Содержание мотивации и виды мотивов. Мотивация и проблема успеха. Свобода и ответственность. Создание и развитие мотивационных условий. Два потока внутрифирменной информации. Культура менеджмента и организационная культура фирмы

Лекции: 2 часа. Практические занятия: 2 часа. Самостоятельная работа: 5 часов.

Тема 8. Проблема эффективности менеджмента в сфере культуры.

Эффект и эффективность. Виды эффективности. Уровни анализа эффективности в сфере культуры. Методы анализа эффективности

Лекции: 2 часа. Практические занятия: 2 часа. Самостоятельная работа: 3 часа.

32 часа самостоятельной работы отводится на разработку концепции бизнес-идеи социокультурного проекта.

Практические занятия (18 часов).

1. Уяснение идеи и разработка структуры бизнес-плана социокультурного проекта
2. Правовое обеспечение в сфере культуры //СПС КонсультантПлюс
3. Стратегический анализ социокультурного проекта
4. Построение организационной структуры управления социокультурного проекта и расчет потребности в кадрах, фонда заработной платы
5. Разработка финансового механизма реализации социокультурного проекта

6. Разработка проектно-сметной документации социокультурного проекта
7. Оценка эффективности социокультурного проекта

Самостоятельная работа (64 час.):

Контроль самостоятельной работы студентов в рамках рейтинговой системы:

- участие в работе практических занятий – в течение всего курса
- знакомство с основными исследованиями и источниками по курсу.
- разработка и защита индивидуального проекта.

Литература к курсу.

Основная литература:

1. Переверзев М. П., Косцов Т. В. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие. М. : ИНФРА-М, 2009. – 192 с. (Высшее образование).
2. Тульчинский Г.Л. Технологии менеджмента в сфере культуры. – СПб., 1996.
3. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры. - СПб: Лань, 2003.
4. Чижиков В. М., Чижиков В. В. Введение в социокультурный менеджмент. учеб. пособие. – М. : МГУКИ. 2003. – 382 с.
5. Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры. Опыт России и США. - СПб: СПбГУКИ, 2003.
6. Экономика и менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Науч. ред. Н. В. Кротова, Е. В. Галаева, И. В. Чарная. – М. : МГУКИ, 2007. – 456 с.

Дополнительная литература:

7. Бабков В. Галерейный бизнес. Российский и зарубежный опыт: практические советы, как эффективно управлять галереей. – М.: ART- менеджер, 2006. – 236с.
8. Козлова Т.В. PR в деятельности учреждения культуры. – М.: Фондподдержки культурно-образовательных программ «Содействие», 2006. - -123 с.
9. Векслер А. Ф., Тульчинский Г. Л. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. - Н.Новгород, 2002.
10. Дуликов В. З. Организационный процесс в социокультурной сфере: Учеб. пособие / Дуликов В. З. ; Моск. гос. ун-т культуры и искусства. Каф. менеджмента соц.-культ. деятельности. . - М. , 2003. - 87 с.: табл.
11. Клок К., Годсмит Дж. Конец менеджмента и становление организационной демократии. СПб и др.: Питер, 2004.
12. Кузьмин Г.В. Некоммерческие организации. М.: Вершина, 2005. - 272 с.
13. Массовая культура: Современные западные исследования. М.: Прагматика культуры, 2005. — 339 с.
14. Михеева Н. А., Галенская Л. Н. Менеджмент в социально-культурной сфере. - СПб, 2000.
15. Пул Дж. Х. Когда менеджмент приносит деньги: Наставления учреждениям культуры всех стран / Дж. Х. Пул ; Пер. с англ. О. Э. Ревы. - М.: Классика-XXI, 2003. - 151 с.
16. Стоплер Кэролин Л., Хопкинс Кэрен Брукс Успешный фандрейзинг для учреждений культуры (Как просить деньги на культуру). – СПб,1995.
17. Тульчинский Г.Л. Привлечение и аккумуляирование финансовых средств. Фандрейзинг в сфере культуры / Тульчинский Г.Л.: Учебное пособие. - СПб., 1998.

18. Чижигов В.В. Вариативности моделей социокультурного менеджмента // Актуальные проблемы социокультурного менеджмента. М.: МГУКИ, 2002. – с. 44-56.
19. Чижигов В.М. Маркетинговые модели социокультурного менеджмента // Актуальные проблемы социокультурного менеджмента. М.: МГУКИ, 2002. – С. 69-90.
20. ART-Менеджер. Журнал для профессионалов.

Вопросы к экзамену.

1. Культура и менеджмент.
2. Вклад сферы культуры в экономику
3. Система механизмов менеджмента.
4. Особенности менеджмента в сфере культуры
5. Гуманитарный характер современного менеджмента
6. Роль государства в управлении социально-культурной сферой
7. Правовые условия поддержки и развития сферы культуры
8. Обязанности государства в сохранении и развитии культурного наследия
9. Органы государственного управления сферой культуры
10. Информационное обеспечение управления в сфере культуры
11. Спонсорство
12. Патронаж
13. Благотворительность: организация и проблемы
14. Некоммерческие организации и фонды
15. Источники финансирования работы учреждений культуры
16. Определение приоритетов поддержки и развития культуры
17. Культурные программы как метод управления.
18. Привлечение и аккумулирование финансовых средств из различных источников (фандрейзинг).
19. Разработка организационных документов.
20. Эволюция маркетинга и культура современного общества развитие сферы культуры и маркетинг.
21. Стратегии маркетинга.
22. Товарная стратегия идея товара.
23. Ценовая стратегия.
24. Функционально-стоимостный анализ как синтез товарной и ценовой стратегии. Стратегия реализации
25. Стратегия продвижения
26. Виды планов в сфере культуры. Организация плановой деятельности (этапы планирования)
27. Методы планирования
28. Роль и значение учета, отчетности и контроля
29. Виды учета и отчетности, требования к их организации
30. Технология контроля
31. Система работы с персоналом.
32. Управление сопротивлением.
33. Лидерство и стили руководства.
34. Стимулирование и мотивация.
35. Виды и методы стимулирования.
36. Культура менеджмента и организационная культура фирмы
37. Понятие эффекта и эффективности. Виды эффективности.
38. Уровни анализа эффективности в сфере культуры.
39. Методы анализа эффективности