

Министерство культуры Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»
(ХГИК)

Кафедра библиотечно-информационной деятельности, документоведения и

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной, научной и
международной деятельности

Е.В. Савелова

21.05.2025 г.

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ
КУЛЬТУРЫ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Уровень магистратуры

(2025 год набора,
очная форма обучения)

Направление подготовки

51.04.01 Культурология

Профиль подготовки

Управление в социокультурной сфере

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		2 (1.2)		Итого	
Неделя	14		21			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	28	28	20	20	48	48
Практические	28	28	22	22	50	50
Итого ауд.	56	56	42	42	98	98
Контактная работа	56	56	42	42	98	98
Сам. работа	12	12	21	21	33	33
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
Итого	72	72	72	72	144	144

Программу составил(и):

д-р пед. наук, проф. Качанова Елена Юрьевна

Рабочая программа дисциплины

Теория и методология маркетинга в сфере культуры

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 51.04.01 Культурология (приказ Минобрнауки России от 06.12.2017 г. № 1183)

составлена на основании учебного плана

«Культурология», утвержденного Учёным советом вуза, протокол № 12 от 23.04.2025 г.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

протокол № 9 от 14.05.2025 г.

Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
библиотечно-информационной деятельности, документоведения и архивоведения

Протокол от _____ 2029 г. № ____
Зав. кафедрой Качанова Елена Юрьевна

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Теоретическая и практическая подготовка магистрантов в области теории и инструментария современного маркетинга для использования в научно-исследовательской и управленческой профессиональной деятельности

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	
2.2.2	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.3	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.4	Теория и методика социокультурного проектирования
2.2.5	Теория и методология менеджмента в сфере культуры

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-6: Готовность к использованию современного знания о культуре и социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в организационно-управленческой работе

Знать:

- основы менеджмента и маркетинга в социокультурной сфере;
- нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры;
- технологию проведения маркетинговых исследований в учреждениях культуры.

Уметь:

- использовать полученные знания о культуре в организационно-управленческой работе;
- осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности.

Владеть:

- современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере

ПК-7: Готовность применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях и способность нести за них ответственность

Знать:

- общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере.

Уметь:

- применять культурологические знания в профессиональной сфере;
- принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры.

Владеть:

- навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению управленческих задач в деятельности учреждений культуры

ПК-4: Готовность к разработке, организации и проведению комплексных исследований по конкретным направлениям и проблемам учреждений сферы культуры

Знать:

- методологию и методику прикладного научного исследования;
- технологии изучения потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности.

Уметь:

- выявлять основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества;
- изучать культурные потребности участников социокультурной деятельности с помощью различных методов

Владеть:

- методикой исследования, диагностики и оценки социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества;
- методикой выявления изменений на рынке социокультурных услуг для успешного прогнозирования и принятия управленческих решений.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:

- методику разработки программы маркетинговых исследований по конкретным направлениям и проблемам библиотечно-информационной деятельности;
- методику организации маркетинговых исследований по конкретным направлениям и проблемам библиотечно-информационной деятельности;
- методику проведения маркетинговых исследований по конкретным направлениям и проблемам библиотечно-информационной деятельности;
- основы анализа, экспертизы и модернизации технологических процессов БИД на основе методов и приемов маркетинга;
- основы разработки, адаптации и реализации инновационных психолого-педагогических технологий в библиотечном обслуживании;
- основы разработки, адаптации и реализации инновационных психолого-педагогических технологий в библиотечном общении;
- основы разработки, адаптации и реализации инновационных психолого-педагогических технологий в системе подготовки, переподготовки и повышения квалификации библиотечных кадров;
- методологические основы по разработке и реализации проектов и программ социально-культурной деятельности библиотеки на основе методов и инструментов маркетинга.

3.2 Уметь:

- осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода;
- ориентироваться в процессах моделирования и модернизации системы управления библиотечно-информационными организациями;
- разрабатывать, адаптировать и реализовывать инновационные психолого-педагогические технологии в библиотечном обслуживании;
- использовать знания по разработке и реализации проектов и программ социально-культурной деятельности библиотеки на основе методов и инструментов маркетинга.

3.3 Иметь навыки и (или) опыт деятельности:

- в области технологии критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода библиотечной теории и практики, разработки стратегии действий в библиотечно-информационной деятельности;
- моделирования и модернизации системы управления в новых социально-экономических условиях;
- в области ситуационного управления, прогнозирования и выявления тенденций развития факторов внешней среды, оказывающих непосредственное влияние на библиотечную деятельность;
- систематического использования нормативно-правовой базы в работе библиотеки;
- рассмотрения любого библиотечного явления или процесса в качестве системы, что помогает выявить узкие места;
- изучения связей и элементов, исследование которых даст возможность разработки стратегических документов БИД
- разработки, адаптации и реализации инновационных психолого-педагогических технологий в библиотечном обслуживании;
- разработки, адаптации и реализации инновационных психолого-педагогических технологий в библиотечном общении;
- разработки, адаптации и реализации инновационных психолого-педагогических технологий в системе подготовки, переподготовки и повышения квалификации библиотечных кадров
- решения задач по проектированию и программированию социально-культурной деятельности библиотеки на основе методов и инструментов маркетинга.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Маркетинг как приоритетное направление управленческой деятельности /Раздел/				
Тема 1. Введение в дисциплину	1			
Введение в дисциплину (лекция) /Лек/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Введение в дисциплину (самостоятельная работа) /Ср/		4	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 2. Становление и развитие маркетинга в сфере культуры в России и за рубежом	1			
Становление и развитие маркетинга в сфере культуры в России и за рубежом (лекция) /Лек/		4	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Становление и развитие маркетинга в сфере культуры в России и за рубежом (самостоятельная работа) /Ср/		1	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 3. Маркетинг как вид творческой управленческой деятельности	1			
Маркетинг как вид творческой управленческой деятельности (лекция) /Лек/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Маркетинг как вид творческой управленческой деятельности (самостоятельная работа) /Ср/		1	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 4. Комплекс маркетинга в сфере культуры	1			
Комплекс маркетинга в сфере культуры (лекция) /Лек/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 2. Теория и методология маркетинговых исследований в сфере культуры /Раздел/				
Тема 5. Исследовательская деятельность как основа маркетинга	1			
Исследовательская деятельность как основа маркетинга (лекция) /Лек/		8	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Исследовательская деятельность как основа маркетинга (практическое занятие) /Пр/		10	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Исследовательская деятельность как основа маркетинга (самостоятельная работа) /Ср/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 6. Изучение потребителей культурных продуктов и услуг	1			
Изучение потребителей культурных продуктов и услуг (лекция) /Лек/		6	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Изучение потребителей культурных продуктов и услуг (практическое занятие) /Пр/		8	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 7. Исследование маркетинговой среды как направление маркетинговой деятельности	1			
Исследование маркетинговой среды как направление маркетинговой деятельности (лекция) /Лек/		4	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Исследование маркетинговой среды как направление маркетинговой деятельности (самостоятельная работа) /Пр/		10	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Исследование маркетинговой среды как направление маркетинговой деятельности /Ср/		4		Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.7Л2.4
Исследование маркетинговой среды как направление маркетинговой деятельности /Зачёт/		4		Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.7Л2.4
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 3. Маркетинговые стратегии /Раздел/				
Тема 8. Стратегия в контексте маркетинга	2			
Стратегия в контексте маркетинга (лекция) /Лек/		6	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Стратегия в контексте маркетинга (практическое занятие) /Пр/		8	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 9. Основные маркетинговые стратегии в сфере культуры	2			
Основные маркетинговые стратегии в сфере культуры(лекция) /Лек/		6	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Основные маркетинговые стратегии в сфере культуры /Пр/		4		Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.7Л2.4
Основные маркетинговые стратегии в сфере культуры /Ср/		6		Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.7Л2.4
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 4. Маркетинг культурных продуктов и услуг /Раздел/				
Тема 10. Услуга как элемент комплекса маркетинга	2			
Услуга как элемент комплекса маркетинга (лекция) /Лек/		4	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 11. Культурные продукты и услуги в контексте маркетинга. Ассортимент услуг	2			
Культурные продукты и услуги в контексте маркетинга. Ассортимент услуг (лекция) /Лек/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Культурные продукты и услуги в контексте маркетинга. Ассортимент услуг (практическое занятие) /Пр/		4	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 5. Маркетинговые коммуникации как компонент маркетинга /Раздел/				
Тема 12. Обеспечение спроса на продукцию и услуги в сфере культуры	2			
Обеспечение спроса на продукцию и услуги в сфере культуры (практическое занятие) /Пр/		4	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 13. Реклама и ПР (общественные коммуникации) как средства маркетинга	2			
Реклама и ПР (общественные коммуникации) как средства маркетинга (лекция) /Лек/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Реклама и ПР (общественные коммуникации) как средства маркетинга /Пр/		2		Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.7Л2.4
Реклама и ПР (общественные коммуникации) как средства маркетинга (самостоятельная работа) /Ср/		2		Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.7Л2.4
Тема 14. Маркетинговая коммуникационная служба в структуре управления учреждением культуры	2			

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Маркетинговая коммуникационная служба в структуре управления учреждением культуры(самостоятельная работа) /Ср/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 6. Организация маркетинговой деятельности в учреждении культуры /Раздел/				
Тема 15. Организация маркетинга	2			
Организация маркетинга (самостоятельная работа) /Ср/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 16. Планирование в системе управления маркетингом	2			
Планирование в системе управления маркетингом (самостоятельная работа) /Ср/		6	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 17. Контроль в маркетинге	2			
Контроль в маркетинге (самостоятельная работа) /Ср/		2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Тема 18. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности	2			
Информационное обеспечение маркетинговой деятельности (самостоятельная работа) /Ср/		1	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
Экзамен /Раздел/				
Тема 19. Промежуточный контроль	2			
Экзамен /Экзамен/		9	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

- Маркетинг как направление управленческой деятельности и система мер. Эволюция маркетинга.
- Функции и принципы маркетинга.
- Цели и особенности сегментирования рынка.
- Позиционирование товара в маркетинге.
- Организационно-управленческие основы маркетинга.
- Маркетинг в сфере культуры: сущность, назначение.
- Место и роль исследовательской деятельности в маркетинге.
- Основные направления маркетинговых исследований. Особенности их реализации в условиях учреждений культуры.
- Направления маркетинговых исследований в сфере культуры. Своеобразие рынка культурных продуктов и услуг.
- Система требований к организации и осуществлению маркетинговых исследований. Информационная база исследования.
- Типы маркетинговых исследований, их особенности.
- Изучение потребителей культурных продуктов и услуг как одно из приоритетных направлений в маркетинге.
- Внутренняя и внешняя среда как предмет маркетингового исследования.
- Методы маркетинговых исследований.
- Метод SWOT в определении преимуществ и проблем деятельности по обеспечению потребительского спроса.
- Стратегия в маркетинге и основные виды стратегий

17. Спрос и управление спросом на основе стратегии маркетинга.
18. Диверсификационная стратегия маркетинга в сфере культуры.
19. Виды ассортиментных стратегий маркетинга в сфере культуры.
20. Услуга как товар в сфере культуры. особенности услуги как товара. Ассортимент учреждения культуры.
21. Маркетинговые коммуникации как деятельность, направленная на поддержание постоянных контактов с рынком в целях распространения сведений об организации и ее услугах.
22. Основные маркетинговые средства воздействия на потребителя.
23. Реклама как средство информирования населения о возможностях рынка. Основные характеристики эффективной рекламной продукции.
24. Виды и формы рекламы в сфере культуры. Каналы ее продвижения к потребителям.
25. Паблик рилейшнз (PR): определение, цели, функции. Место PR в системе маркетинговых коммуникаций учреждений культуры.
26. Формирование имиджа учреждения культуры как ключевая задача PR. Основные объекты PR, особенности работы с ними с позиций маркетинга.
28. Факторы, определяющие эффективность PR-деятельности.
29. Требования к специалисту – координатору PR-деятельности.
30. Маркетинговая коммуникационная служба в структуре управления
31. Организация маркетинговой деятельности. Место службы маркетинга в системе управления.
32. Планирование в системе управления маркетингом. Роль планирования в обеспечении повышения эффективности управленческих решений в маркетинге.
33. Контроль в маркетинге.
34. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Информационная природа маркетинга. Система маркетинговой информации, составляющие ее компоненты

Экзамен проводится по билетам в виде собеседования по контрольным вопросам.

5.2. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств см. по ссылке <http://eos.hgiik.ru/Files/fos/2021/ФОС БиД магистратура 2021.pdf>

Фонд контрольно-измерительных материалов см. по ссылке

5.3. Показатели и критерии оценивания компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии: тестирование; индивидуальное собеседование, письменные ответы на вопросы (в виде текущего контроля).

Промежуточный контроль реализуется в ходе сдачи обучающимися экзамена по курсу. Экзамен проводится в форме собеседования по контрольным вопросам.

Оценка "отлично" / "зачтено" ставится за ответ, если студент имеет системные полные знания и умения по поставленному вопросу. Содержание вопроса излагает связно, в краткой форме, раскрывает последовательно суть изученного материала, демонстрируя прочность и прикладную направленность полученных знаний и умений, не допускает терминологических ошибок и фактических неточностей.

Оценка "хорошо" / "зачтено" ставится за ответ, в котором отсутствуют незначительные элементы содержания или присутствуют все необходимые элементы содержания, но допущены некоторые ошибки, иногда нарушалась последовательность изложения.

Оценка "удовлетворительно" / "зачтено" ставится за ответ, в котором отсутствуют значительные элементы содержания или присутствуют все вышеизложенные знания, но допущены существенные ошибки, нелогично, пространно изложено основное содержание вопроса.

Оценка "неудовлетворительно" / "незачтено" ставится за ответ, в рамках которого студенты демонстрируют отрывочные, бессистемные знания, неумение выделить главное, существенное в ответе, допускают грубые ошибки.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Усвоение материала дисциплины на лекциях, семинарах, практических занятиях и в результате самостоятельной подготовки и изучения отдельных вопросов дисциплины, позволят подойти к промежуточной аттестации подготовленным. Знания, накапливаемые постепенно и в различных ракурсах, с использованием противоположных мнений и взглядов на ту или иную проблему являются глубокими и качественными, и позволяют формировать соответствующие профессиональные компетенции как итог образовательного процесса.

Для систематизации знаний по дисциплине первоначальное внимание следует обратить на рабочую программу курса, которая включает в себя основные проблемы дисциплины (тематику занятий), в рамках которых и формируются вопросы для контроля и аттестации. Поэтому студент, заранее ознакомившись с программой курса, может лучше сориентироваться в последовательности освоения курса с позиций организации самостоятельной работы.

При организации процесса освоения дисциплины следует учитывать:

1. Планирование времени, отведенного на освоение дисциплины.

При планировании времени на освоение дисциплины следует руководствоваться: структурой дисциплины, в которой указаны количество академических часов в разрезе каждой темы, вида занятий (лекционное, практическое, семинарское) и часы на самостоятельную работу; формой текущего контроля успеваемости (тесты, выполнение индивидуальных и практических занятий и др.); формой промежуточной аттестации (экзамен).

2. Последовательность действий при освоении дисциплины.

Изучение каждой темы дисциплины целесообразно начинать со знакомства с содержанием дисциплины в разрезе тем; затем следует этап подбора источников из числа рекомендуемых и подобранных самостоятельно (научные статьи; информация с официальных сайтов государственных органов, органов местного самоуправления и др.). Изучение источниковой базы может сопровождаться конспектированием. Целесообразно вести перечень проблемных вопросов как по существу темы, обусловленных пробелами в научном и правовом поле и проблемами практического характера, так и в случае затруднений с уяснением смысла изложенного в источниках материала (указанные вопросы могут быть разрешены самостоятельно, во время сессионных занятий или на консультации с преподавателем).

Подготовка студентов к семинарским занятиям по данной дисциплине заключается в самостоятельной работе с источниками, представленными в списках основной и дополнительной литературы. Семинарские занятия проводятся в формах предусмотренных учебно-тематическим планом. На семинаре делаются доклады по темам занятий в виде выступлений, студент должен проявлять максимальную активность.

Для подготовки к практическим занятиям рекомендуется подробно изучить конспект лекций и материалы семинарских занятий, предшествующих практическому занятию. Также рекомендуется ознакомиться с технологией проведения практических занятий, которая включает следующие этапы: объяснение задания и навыков (компетенций), которые закрепляются в ходе его выполнения; знакомство с конкретными источниками информации для выполнения задания; обсуждение и уточнение вопросов в ходе анализа источников информации; совместный просмотр первичных результатов, оценка их соответствия по формальным и содержательным требованиям.

3. Использование учебно-методических материалов и работу с литературой.

Следует применять следующую последовательность источников для изучения тем дисциплины: нормативные правовые акты по дисциплине; комментарии к законодательным актам; научную и учебную литературу, а также другие источники.

4. Подготовку к текущему контролю успеваемости.

Основной задачей текущего контроля успеваемости обучающихся является повышение качества знаний, приобретение и развитие ими навыков самостоятельной работы. Текущий контроль знаний обучающихся по дисциплине может иметь следующие виды: устный опрос на лекциях, практических занятиях; проверка выполнения письменных самостоятельных работ и домашних заданий; тестирование.

Для эффективной подготовки к текущему контролю по дисциплине необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, конспекты лекций, разработки студентов, выполненные в результате подготовки и выполнения семинарских и практических занятий.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, кол-во
Л1.1	Салазкина Л. П.	Теоретические основы управления социально-культурной сферой: учебное http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=45908	Кемерово: КемГИК, 2008. - 196 с.
Л1.2	Салазкина Л. П.	Стратегическое планирование деятельности институтов гражданского общества https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=49447	Кемерово: КемГИК, 2012. - 44 с.
Л1.3	Пленкина В. В., Ленкова О. В., Чистякова Г. А.	Стратегический менеджмент http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=55655	Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. - 116 с.

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, кол-во
Л1.4	Дворовенко О. В.	Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебно-методическое пособие по направлению подготовки 51.03.06 «библиотечно-информационная деятельность», профили: «библиотечно-педагогическое сопровождение школьного образования», «информационно-аналитическая деятельность», «технология автоматизированных библиотечно-информационных систем», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» https://e.lanbook.com/book/99289	Кемерово: КемГИК, 2016. - 98 с.
Л1.5	Салазкина Л. П.	Теоретические основы управления социально-культурной сферой: учебное пособие https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227898	Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2008. - 196 с.
Л1.6	Дворовенко О. В.	Маркетинг библиотечно-информационной деятельности: учебно-методическое пособие https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472586	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2016. - 98 с.
Л1.7	Клюев В.К., Ястребова Е.М., Клюева В.К.	Маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности: маркетинг в системе управления библиотекой: учеб. пособие	М.: МГУКИ, 2001. - 144
Л1.8	Клюев В.К., Захаренко М.П.	Организационно-экономические проблемы библиотечно-информационной деятельности: системный подход: монографический сб. избр. тр.	М.: Литера, 2013. -

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год, кол-во
Л2.1	Шекова Е. Л., Тулчинский Г. Л., Евланов В. Н., Новаторов Э. В.	Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=3820	Санкт-Петербург: Планета музыки, 2012. - 160 с.
Л2.2	Ушакова О. А., Иневатова О. А., Дедеева С. А.	Стратегическое планирование: учебное пособие https://e.lanbook.com/book/98118	Оренбург: ОГУ, 2015. - 257 с.
Л2.3	Лаженцев В. Н.	Теория и практика территориального планирования: научно-методические материалы по курсу «Прогнозирование и стратегическое планирование социально-экономического развития региона»: научно-методические материалы по курсу «прогнозирование и стратегическое планирование социально-экономического развития региона» https://e.lanbook.com/book/125298	Вологда: ВолНЦ РАН, 2017. - 76 с.
Л2.4	Дворовенко О. В.	Информационное обеспечение управления: практикум https://e.lanbook.com/book/174714	Кемерово: КемГИК, 2020. - 123 с.

7.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Microsoft Windows
6.3.1.2	Microsoft Office 2010
6.3.1.3	Adobe Creative Suite 6 Master Collection
6.3.1.4	Libre Office
6.3.1.5	AIMP
6.3.1.6	Windows Media Classic
6.3.1.7	Chrome
6.3.1.8	Kaspersky Endpoint Security
6.3.1.9	OpenOffice
6.3.1.10	Acrobat Reader
6.3.1.11	NVDA

6.3.1.1 2	Steinberg Cubase Pro 8
6.3.1.1 3	Finale 2014E Academic
6.3.1.1 4	SunLight Suite
6.3.1.1 5	Open Broadcaster Studio
6.3.1.1 6	MuseScore

7.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
6.3.2.2	Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека
6.3.2.3	eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека
6.3.2.4	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика»
6.3.2.5	Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ
6.3.2.6	Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК»
6.3.2.7	Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог)
6.3.2.8	ЭБС «Издательство Планета музыки»
6.3.2.9	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6.3.2.1 0	ЭБС ЛАНЬ
6.3.2.1 1	Полнотекстовая база данных Web of Science и Scopus
6.3.2.1 2	Гарант
6.3.2.1 3	БД Электронная Система «Культура»

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оборудование	Программное обеспечение
03	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель на 1 рабочее место (шкафы 2 шт., стеллажи 3 шт., стулья, стол). Персональный компьютер (1 шт.)	Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspesky Endpoint Security
122	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель на 1 рабочее место (шкаф, стеллаж, стулья, столы). Персональный компьютер в количестве 1 шт. с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационнообразовательную среду вуза.	Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspesky Endpoint Security

Аудитория	Назначение	Оборудование	Программное обеспечение
209	Помещение для самостоятельной работы (читальный зал библиотеки)	Специализированная мебель на 25 посадочных мест (столы, стулья, книжные шкафы), телевизор, книжный и документальный фонд. Персональные компьютеры (9 шт.) с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза.	Microsoft Windows AIMP Kaspesky Endpoint Security OpenOffice Acrobat Reader NVDA
213a	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Специализированная мебель на 30 посадочных мест (столы письменные, стулья, рабочее место преподавателя, доска настенная, аудиторная). Демонстрационное оборудование (мультимедийный презентационный комплекс в составе проектора, экрана, активной акустической системы, персонального компьютера) и учебно-наглядные пособия (в т.ч. в электронном виде).	Microsoft Windows Microsoft Office 2010 Kaspesky Endpoint Security

9. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Воспитание обучающихся при освоении ими основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) осуществляется на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, включаемых в ОПОП.

Цель воспитательной работы – создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачи воспитательной работы: развитие мировоззрения и актуализация системы базовых ценностей личности, приобщение к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям; воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности; воспитание положительного отношения к труду, формирование культуры и этики профессионального общения; формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности; воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде; повышение уровня культуры безопасного поведения.

Особенности и традиции Института обуславливают следующие основные направления воспитательной работы: патриотическое, гражданское, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, волонтерское (добровольческое), экологическое, физическое. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе образовательной организации: проектная деятельность (как коллективное творческое дело), волонтерская деятельность, учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность, досуговая, творческая и социально-культурная деятельность и др.

Воспитательный потенциал учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности реализуется в процессе развития исследовательской компетентности обучающихся на протяжении всего срока их обучения в Институте. Результаты студенческой научно-исследовательской деятельности проходят апробацию в рамках научных и научно-практических конференций различного уровня, в т.ч. конференций, организованных Институте.

Социально-культурная и творческая деятельность обучающихся реализуется при организации и проведении значимых событий и мероприятий гражданско-патриотической, научно-исследовательской, социокультурной и физкультурно-спортивной направленности. Виды творческой деятельности обучающихся в Институте: музыкальное творчество, хореографическое творчество, театральное творчество, научное творчество, медиапроекты и др.

Волонтерская деятельность обучающихся – широкий круг направлений созидательной деятельности, включающий различные формы гражданского участия. По инициативе обучающихся и при их активном участии в Институте осуществляет свою деятельность добровольческий отряд «Мы».

Реализацию Рабочей программы воспитания помогает обеспечивать взаимодействие с различными социальными институтами, субъектами воспитания. Особое значение для воспитательного процесса имеет организация практической деятельности обучающихся с целью развития профессиональных компетенций в условиях Института и профильных учреждений и организаций.

10. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

(ОВЗ)

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws , «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания курсовой или выпускной квалификационной работы.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта e.lanbook.ru, необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda.

Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.