

Министерство культуры Российской Федерации  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**Высшего образования**  
**«Кемеровский государственный институт культуры»**

**ПРИНЯТО:**

Решением Ученого совета Кемеровского  
государственного института культуры

Протокол № 4 от 25.11.2020 г.

**УТВЕРЖДАЮ:**

Ректор Кемеровского государственного  
института культуры  
А. В. Шунков

25.11.2020 г.



Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации

**«Менеджмент и маркетинг в сфере культуры»**

Форма обучения:

Очная с применением дистанционных образовательных программ

**Кемерово 2021**

Разработчики программы:

**Юдина Анна Ивановна**, декан факультета социально-культурных технологий КемГИК, доктор педагогических наук, профессор.

**Мухамедиева Светлана Анатольевна**, зав. кафедрой управления и экономики социально-культурной сферы КемГИК, кандидат экономических наук, доцент.

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации направлена на формирование управленческих компетенций руководителей учреждений культуры, заместителей руководителей учреждений, связанных с решением задач в области менеджмента и маркетинга по формированию портфеля проектов и программ; разработке проектных технологий в деятельности учреждения культуры, управлению качеством.

Данная программа содержит учебный план, рабочую программу модулей, требования к оценке качества освоения программы.

## СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	4
ЦЕЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ .....	5
УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	5
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК .....	6
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЕЙ.....	7
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....	9
ФОРМА АТТЕСТАЦИИ.....	9
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	10
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	10

## **1. ОБЩЕПОЛОЖЕНИЯ**

Современной социально-культурной ситуации в России свойственны процессы активного развития и преобразования аспектов жизнедеятельности людей, связанных с их культурным и духовным развитием. Происходящие изменения в структуре свободного времени связаны с уходом навязываемых стереотипов, и переориентации на гуманистическое общечеловеческое содержание видов и форм работы в учреждениях сферы культуры. Современные учреждения культуры должны осуществлять систематический поиск вариативных форм содержания деятельности, адекватных возрастающим потребностям населения.

Реализация данной деятельности невозможна без знания основ управления учреждением сферы культуры. Современные управленческие стратегии продвижения и реализации культурных продуктов и услуг исходят из анализа различных факторов, важнейшим из которых является образ жизни потребителей, включая их национально-этнические, возрастные, профессиональные, социально-психологические и прочие социально-культурные факторы. Особую значимость приобретает владение технологиями Digital-маркетинга для продвижения продукта учреждений культуры в сети Интернет. В этой связи изучение менеджмента и маркетинга в сфере культуры приобретают особую актуальность.

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» предназначена для руководителей, заместителей руководителей учреждений сферы культуры, руководителей структурных подразделений, специалистов отделов и секторов культурно-досуговых учреждений.

Изучение данной программы, в контексте возрастающих потребностей населения, позволит активизировать процесс совершенствования системы управления учреждением сферы культуры, ориентированной на укрепление самостоятельности учреждений культуры, на повышение качества предоставления услуг учреждениями культуры, на повышение эффективности использования бюджетных расходов.

С учетом того, что одним из ключевых механизмов развития системы непрерывного образования и повышения квалификации в сфере культуры является консолидация усилий государства, сферы образования и учреждений культуры, то для повышения эффективности реализации образовательного процесса по программе «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» будут привлечены информационные ресурсы казенных, бюджетных и автономных учреждений сферы культуры.

## **2. ЦЕЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цель освоения образовательной программы - развитие управленческих компетенций руководителей и специалистов учреждений культуры, связанных решением профессиональных задач в области менеджмента и маркетинга в

учреждениях сферы культуры в соответствии с приоритетными задачами государственной культурной политики Российской Федерации.

### **3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Образовательная программа направлена на приобретение слушателями профессиональных компетенции необходимых для организационно-управленческой деятельности учреждений сферы культуры:

- готовность к реализации технологий менеджмента и маркетинга;
- готовность принимать организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность.

В результате освоения программы слушатель должен быть способен сформировать эффективную систему менеджмента и маркетинга учреждения сферы культуры, систему продвижения социокультурных продуктов при реализации проектов, программ.

В результате освоения программы слушатель должен:

**знать:**

- современные подходы менеджмента и маркетинга социально-культурных услуг учреждений сферы культуры;
- технологии менеджмента и маркетинга в сфере культуры;
- методику формирования и обеспечения безбарьерной среды в учреждениях культуры

**уметь:**

- оценивать качество услуг учреждений сферы культуры;
- определять эффективность менеджмента учреждений сферы культуры;
- использовать инструменты Digital-маркетинга для продвижения продуктов учреждений культуры.

**владеть:**

- технологией Digital-маркетинга для продвижения продукта учреждений культуры в сети Интернет;
- технологией планирования деятельности учреждений сферы культуры.

По итогам обучения по дополнительной профессиональной образовательной программе повышения квалификации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» слушатель получит сборник учебно-методических материалов, описывающий индикаторы оценки качества услуг организаций сферы культуры.

### **4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

Дополнительной профессиональной образовательной программы повышения квалификации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры»

**Категория слушателей:** руководители, заместители руководителей учреждений сферы культуры, руководителей структурных подразделений, специалисты отделов и секторов культурно-досуговых учреждений.

**Объем программы:** 36 часов.



## **6. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЕЙ**

### **Содержание модуля 1. Механизм и технологии менеджмента и маркетинга в сфере культуры**

#### **Тема 1.1. Основы менеджмента в сфере культуры.**

Основы и современные тенденции в менеджменте социально-культурной сферы. Требования к организации. Методы принятия управленческих решений. Организационная культура: понятие, цель, параметры. Роль лидера и команды в обеспечении эффективности социально-культурного менеджмента. Проектный менеджмент.

**Практическая работа 1.1.** Оценка текущего и желаемого состояния культуры организации

В ходе выполнения практической работы слушатели проанализируют текущее состояние организации и определяют основные направления развития организационной культуры учреждения

#### **Тема 1.2. Маркетинговые технологии в сфере культуры.**

Маркетинг в учреждениях культуры: цели, задачи и принципы. Материальные и духовные продукты сферы культуры. Маркетинговая среда учреждения культуры. Особенности комплекса маркетинга в сфере культуры. Технологии разработки маркетинговой политики. Маркетинговая стратегия организаций сферы культуры. Ценовая политика и маркетинговые исследования учреждений культуры. Фандрайзинг в работе учреждений сферы культуры.

**Практическая работа 1.2.** Анализ деятельности учреждения культуры.

В ходе выполнения практической работы слушатели овладеют основными способами анализа деятельности учреждения культуры по направлениям: - привлечение потенциальных потребителей; - управление взаимоотношениями с партнерами и спонсорами; - создание репутации и системы внутреннего менеджмента организации сферы культуры.

#### **Тема 1.3. Современные технологии Digital-маркетинга для продвижения продукта учреждений культуры в сети Интернет.**

Направления Digital-маркетинга: продвижение бренда в виртуальном пространстве, инструменты для продвижения продуктов учреждений культуры. Инструменты Digital-маркетинга: контекстная реклама, SEO, медийная реклама, SMM, таргетированная реклама, работа с отзывами, e-mail-рассылки. Мобильные сервисы. Выстраивание стратегии по увеличению узнаваемости учреждения культуры в интернет-пространстве. Анализ эффективности маркетинговой стратегии. Обзор инструментов отслеживания упоминаний и тональности мнений. Отчетность учреждений культуры по работе в социальных сетях.

**Практическая работа 1.3.** Определение стратегии продвижения продукта учреждения культуры в Digital-среде.

В ходе выполнения практической работы слушатели овладеют

последовательностью этапов реализации стратегии продвижения продукта учреждения культуры в Digital-среде.

## **Содержание модуля 2. Инновационный менеджмент и маркетинг социально- культурных услуг**

### **Тема 2.1. Индикаторы оценки качества услуг организаций, осуществляющих социально-культурную деятельность.**

Проблема управления качеством в процессе организации социально-культурной деятельности. Модели управления качеством. Принципы управления качеством. Составные элементы управления качеством. Системный подход к управлению качеством. Модельный стандарт услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий. Понятие «культурно-массовое мероприятие». Формы проведения культурно- массовых мероприятий. Модельный стандарт услуги по организации деятельности клубных формирований. Понятие «клубное формирование». Формы и направления организации деятельности клубных формирований и любительских объединений. Нормативно-правовая база Модельного стандарта услуг по проведению культурно- массовых мероприятий и организации деятельности клубных формирований.

**Практическая работа 2.1.** Требования к предоставлению социально-культурных услуг.

В ходе выполнения практической работы слушатели усвоят технологию предоставления социально-культурных услуг в соответствии с Нормативно-правовой базой Модельного стандарта услуг.

### **Тема 2.2. Технологии планирования деятельности учреждений сферы культуры.**

Характеристика деятельности организаций сферы культуры. Миссия учреждения культуры в зависимости от вида деятельности. Процесс планирования деятельности учреждений культуры и ее стратегические цели. Этапы и элементы современной методологии планирования. Составляющие элементы разделов плана деятельности учреждения культуры. Методы планирования деятельности учреждения культуры: балансовый, нормативный, метод экстраполяции, метод технико-экономических расчетов, программно-целевой метод, метод экспертной оценки, экономико-математическое моделирование, индикативный метод.

**Практическая работа 2.2.** Разработка алгоритма планирования деятельности учреждения сферы культуры (по определенному направлению).

В ходе выполнения практической работы слушатели выстроят последовательность этапов по планированию деятельности учреждения сферы культуры

### **Тема 2.3. Эффективность менеджмента в сфере культуры.**

Содержание понятия «эффект» и «эффективность». Виды эффективности менеджмента в сфере культуры: отношение затрат к полученным результатам; отношение результата к преследовавшимся целям; отношение целей реальным



потребностям. Уровни анализа эффективности менеджмента в сфере культуры. Виды эффективности: социальная эффективность, организационная эффективность, технологическая эффективность и экономическая эффективность. Мероприятия по повышению эффективности менеджмента. Требования к процессу повышения эффективности менеджмента. Обязанности, ответственность и эффективность деятельности руководителя.

**Практическая работа 2.3.** Определение элементов менеджмента организации сферы культуры требующих реструктуризации

В ходе выполнения практической работы слушатели определяют элементы менеджмента организации сферы культуры, которые требуют изменений в соответствии с реализацией основных направлений Государственной культурной политики.

## **7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

*Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих реализацию образовательного процесса:* занятия проводят профессора, доценты, старшие преподаватели, имеющие высшее образование, соответствующее профилю реализуемой программы; специалисты, владеющие практическими навыками и опытом по профилю программы.

*Требования к ресурсному обеспечению программы.*

Здания и сооружения института соответствуют противопожарным нормам и правилам.

Материально-техническая база отвечает требованиям к программно-техническим средствам для проведения занятий с использованием дистанционных образовательных технологий.

Реализация образовательной программы предусматривает использование активных и интерактивных форм проведения занятий. Для лекционной части курса выбрана форма лекций-визуализаций; на практических работах подразумевается обсуждение проблемных вопросов в форме дискуссий, группового обсуждения результатов выполненных работ.

Каждый модуль сопровождается, при проведении в дистанционном режиме, онлайн семинарами-консультациями.

Итоговый контроль осуществляется в форме теста.

## **8. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ**

### **8.1 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ**

В ходе освоения образовательной программы обучающийся изучает теоретический материал и выполняет комплекс практических заданий в установленной последовательности.

### **8.2 ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ**

К итоговой аттестации допускаются обучающиеся в полной мере освоившие учебный план образовательной программы. Итоговая аттестация проводится в форме зачета в виде выполнения тестовых заданий.

## **9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

В ходе изучения дисциплины слушатели выполняют ряд практических работ по изучению менеджмента и маркетинга в сфере культуры.

Полный перечень заданий (промежуточная и итоговая аттестация) представлен в документах «Фонд оценочных средств» и размещен в Среде дистанционного обучения КемГИК (<https://sdo.kemgik.ru/course/view.php?id=222>) в соответствии с модулями образовательной программы

Образцы тестовых заданий (итоговая аттестация).

1. Отличие понятия «менеджмент» от понятия «управление» заключается в следующем:

- А. термин «менеджмент» намного шире термина «управление»;
- Б. термин «управление» намного шире термина «менеджмент»;
- В. эти понятия являются тождественными

2. Определите обстоятельства, по которым предоставление услуги в сфере культуры может быть приостановлено:

- А. противоречия содержания мероприятия общепринятым нормам общественной морали и нравственности;
- Б. создания реальной угрозы нормальному функционированию учреждению или организациям, расположенным вблизи места проведения культурно-массового мероприятия, а также угрозы безопасности потребителей услуг и нарушения общественного порядка
- В. внезапно возникшей аварийной ситуации в помещениях (на территориях), в которых осуществляется предоставление услуги; внезапно возникшей аварийной ситуации в помещениях (на территориях), в которых осуществляется предоставление услуги

3. Система управления эффективностью деятельности организации сферы культуры:

- А. представляет собой совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества культурных благ, а соответственно и всей деятельности
- Б. представляет собой участие всех работников и служащих в повышении эффективности деятельности
- В. представляет собой заинтересованность и единство руководства высшего уровня

## **10. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

### **10.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Основы законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС

РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 18.07.2019) - Текст : электронный // Официальный сайт компании «Консультант плюс». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1870/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870/)

2. Проект «Профессионального стандарта «Руководитель организации культуры и искусства» (по состоянию на 08.10.2013) (подготовлен Минтрудом России) Текст: электронный // Официальный сайт компании «Консультант плюс»–

URL:<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PNPA&n=4059#03414406360518596>

3. Методические указания органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления по отнесению организаций культуры к эффективным (неэффективным) по качеству и доступности услуг с учетом функциональной специфики - Текст : электронный // URL: <https://culture.gov.ru/documents/metodicheskie-ukazaniya-organam-ispolnitelnoy-vlasti-subektov-rossiyskoj-federatsii-i-organam-mestno/>

4. Маслов, В. И. Эффективное управление современными сотрудниками : учебное пособие / В. И. Маслов ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Факультет глобальных процессов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 133 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455583> (дата обращения: 25.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9047-5. – DOI 10.23681/455583. – Текст : электронный.

5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева и др. ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314> (дата обращения: 25.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.

6. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е. Л. Маслова. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 333 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573337> (дата обращения: 25.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03547-0. – Текст : электронный.

7. Юдина, А. И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности : [16+] / А. И. Юдина ; Кемеровский государственный институт культуры, Факультет социально-культурных технологий, Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2018. – 127 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613151> (дата обращения: 25.08.2021). – Библиогр.: с. 92-95. – ISBN 978-5-8154-0425-0. – Текст : электронный.

## 10.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Дворовенко, О. В. Маркетинг библиотечно-информационной деятельности : учебно-методическое пособие / О. В. Дворовенко ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт информационных и библиотечных технологий, Кафедра технологии документальных коммуникаций. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2016. – 98 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472586> (дата обращения: 25.08.2021). – ISBN 978-5-8154-0368-0. – Текст : электронный.

2. Трофимов, М. Ю. Культуротворческие технологии в сфере досуга : учебное пособие : [16+] / М. Ю. Трофимов ; науч. ред. А. А. Трофимова ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2019. – 124 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575854> (дата обращения: 25.08.2021). – Библиогр.: с. 82 - 85. – ISBN 978-5-7779-2414-8. – Текст : электронный.

3. Экономика и управление социальной сферой : учебник / Е. Н. Жильцов, Е. В. Егоров, Т. В. Науменко и др. ; под ред. Е. Н. Жильцова, Е. В. Егорова ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Экономический факультет и др. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 496 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495762> (дата обращения: 25.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02423-8. – Текст : электронный.

## 10.3 ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Информационный портал «О культуре»: [сайт] . - URL: [https://okulture24.ru /category/mir\\_kultury/](https://okulture24.ru/category/mir_kultury/)(дата обращения 25.10.2020) – Текст : электронный

2. Журнал «Справочник руководителя учреждения культуры: [сайт] . - URL: <https://e.rukulturi.ru/>(дата обращения 25.10.2020) – Текст : электронный

3. Ассоциация менеджеров культуры [сайт] . - URL: <https://amcult.ru/contacts> / (дата обращения 25.01.2021) – Текст : электронный