

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ
И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»**

Факультет Управления социокультурными проектами

УТВЕРЖДЕНО

Ректор ОАНО «МВШСЭН»

Электронная подпись

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Менеджмент культурного наследия»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.04 «Маркетинг наследия»

Магистратура

(уровень образования)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Очная форма обучения

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2023 г.

Москва, 2022 г.

Автор-составитель:

Научный руководитель факультета
Управления социокультурными
проектами

Карпова О.В.

Заведующий кафедрой
менеджмента и культурной
политики

Доктор экономических наук,
кандидат исторических наук,
профессор

Бессолицын
А.А.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.04 «Маркетинг наследия» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и культурной политики; протокол № 4 от 12.05.2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические материалы для освоения дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
 - 6.4. Интернет-ресурсы
 - 6.5. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.04 «Маркетинг наследия» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1 Применяет на практике основы менеджмента в деятельности
ПК-3	Способен выполнять виды работ, связанные с объектами культурного и природного наследия	ИПК-3.1 Анализирует методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в области культурного наследия

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Результаты обучения
ИУК-3.1	на уровне знаний: знать теоретические основы маркетинга и особенностей маркетинга в сфере культурного наследия
	на уровне умений: уметь определять подходы к продвижению объектов культурного наследия средствами маркетинговых коммуникаций;
	на уровне навыков: владеть базовыми навыками исследования маркетинговой среды, формирования маркетинговой стратегии, разработки маркетингового плана, основанного на анализе существующих рынков, конкурентов и потребителей услуг
ИПК-3.1	на уровне знаний: знать подходы к формированию имиджа, бренда и репутации в сфере культурного наследия, управление взаимоотношениями со стейкхолдерами и потребителями
	на уровне умений: уметь определять городские и локальные сообщества, а также форматы работы с различными аудиториями
	на уровне навыков: владеть методикой и практикой современных направлений маркетинга культурного наследия

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.04 «Маркетинг наследия» является элективной дисциплиной и относится к вариативной части учебного плана Б1 программы подготовки по направлению 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), профиль «Менеджмент культурного наследия». Данная дисциплина изучается на 1 курсе, во 2 семестре в соответствии с учебным планом.

Общий объем дисциплины: 4 З.Е. (144 ак.ч., 108 астр.ч.);

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем: 28 ак.ч. (21 астр.ч.); на самостоятельную работу обучающихся: 116 ак.ч. (87 астр.ч.).

Дисциплина связана со следующими дисциплинами: «Проектная лаборатория»; «Исторические нарративы»; «Работа с прошлым в кинематографе, театре, литературе и искусстве»; «Технологии реставрации, охраны и приспособления наследия»; «Наследие в градостроительных практиках».

Дисциплина реализуется с частичным применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Основы маркетинга в сфере культурного наследия	24	2		2		20	УО
Тема 2	Стратегии маркетинга наследия	28	4		4		20	УО
Тема 3	Маркетинговые исследования с сфере культуры	24	2		2		20	УО
Тема 4	Имидж, бренд и репутация	24	2		2		20	УО
Тема 5	Аудитории и коммуникационные стратегии	24	2		2		20	УО
Тема 6	Стратегии по связям с общественностью и государственными органами как часть маркетинга наследия	20	2		2		16	УО
Промежуточная аттестация								ЗаО
Всего:		144/4	14		14		116	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях;

УО - устный опрос;

ЗаО – зачет с оценкой.

Содержание дисциплины

Тема 1. Основы маркетинга в сфере культурного наследия.

Понятие и сущность маркетинга, принципы, цели и средства. Основные элементы комплекса маркетинга. Маркетинг и культура. Особенности маркетинга в сфере культурного наследия: определения, понятия и подходы.

Тема 2. Стратегии маркетинга наследия.

Оценка маркетинговой среды, существующих рынков, конкурентов и потребителей услуг. Подходы и инструменты формирования маркетинговой стратегии.

Разработка маркетингового плана (анализ текущего состояния, детализация будущих маркетинговых активностей и коммуникаций. Ценовая политика и инструменты увеличения спроса.

Тема 3. Маркетинговые исследования с сфере культуры.

Многообразие методик и подходов маркетинговых и социологических исследований. Качественные и количественные исследования: понятие и инструменты. Качественные методы: фокус-группы, онлайн сообщества, глубинные интервью, этнография. Проективные методики.

Тема 4. Имидж, бренд и репутация.

Связи с общественностью как управление репутацией. Архетипы и позиционирование. Создание и продвижение бренда. Обеспечение конструктивного диалога на всех уровнях взаимодействия. Формирование положительного имиджа и репутации.

Тема 5. Аудитории и коммуникационные стратегии.

Определение основных стейкхолдеров и потребителей; Коммуникативные стратегии работы с различными аудиториями и запросами. Подходы к пониманию городских и локальных сообществ. Форматы работы с различными аудиториями. Командообразование и система работы в медиа пространстве и социальных сетях. Описание медиа пространства и инструменты маркетинговой системы продаж и работы в различных каналах. Культура участия и соучастного проектирования как один из базовых направлений маркетинговой деятельности. Подходы к широкой инклюзии, как экосистеме при работе с разными аудиториями

Тема 6. Стратегии по связям с общественностью и государственными органами как часть маркетинга наследия.

Коммуникационные стратегии PR и GR в сфере культурного наследия. Анализ кейсов и практикум по формулированию всех составных элементов коммуникационной стратегии.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

В ходе реализации дисциплины Б1.В.04 «Маркетинг наследия» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема занятия		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Основы маркетинга в сфере культурного наследия	Устный опрос
Тема 2	Стратегии маркетинга наследия	Устный опрос
Тема 3	Маркетинговые исследования с сфере культуры	Устный опрос
Тема 4	Имидж, бренд и репутация	Устный опрос
Тема 5	Аудитории и коммуникационные стратегии	Устный опрос
Тема 6	Стратегии по связям с общественностью и государственными органами как часть маркетинга наследия	Устный опрос

В рамках освоения дисциплины обучающиеся сдают Зачет с оценкой в форме письменной работы – кейс-стади в объеме 1500 слов. Кейс-стади является самостоятельной научной работой, выполненной в соответствии с тематикой и проблематикой пройденной учащимися дисциплины. В процессе выбора темы и постановки проблемы кейс-стади обучающимся рекомендуется консультироваться с преподавателем.

Кейс-стади оценивается преподавателем по показателям, указанным в таблице «Оценочные материалы промежуточной аттестации» рабочей программы дисциплины.

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов обучающихся в группе.

Подготовка к практическим занятиям по дисциплине основывается на аналитической работе с текстом источника по теме пройденного занятия и включает подготовку к обсуждению избранного текста по каждой из тем в структуре дисциплины.

Для подготовки к практическим занятиям обучающийся использует список основной/дополнительной литературы и информационные ресурсы.

Оценочные материалы промежуточной аттестации

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-3	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-3.1	<p>Высокий уровень (Отлично/ Зачтено):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Знает теоретические основы маркетинга и особенностей маркетинга в сфере культурного наследия; 2) Умеет определять подходы к продвижению объектов культурного наследия средствами маркетинговых коммуникаций; 3) Владеет базовыми навыками исследования маркетинговой среды, формирования маркетинговой стратегии, разработки маркетингового плана, основанного на анализе существующих рынков, конкурентов и потребителей услуг; <p>Средний уровень (Хорошо/ Зачтено):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Знает теоретические основы маркетинга и особенностей маркетинга в сфере культурного наследия; 2) Умеет определять подходы к продвижению объектов культурного наследия средствами маркетинговых коммуникаций; 3) Владеет базовыми навыками исследования маркетинговой среды, формирования маркетинговой стратегии, разработки маркетингового плана, основанного на анализе существующих рынков, конкурентов и потребителей услуг; <p>Низкий уровень (Удовлетворительно/ Зачтено):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Частично знает теоретические основы маркетинга и особенностей маркетинга в сфере культурного наследия; 2) Частично умеет определять подходы к продвижению объектов культурного наследия средствами маркетинговых коммуникаций; 3) Частично владеет базовыми навыками исследования маркетинговой среды, формирования маркетинговой стратегии, разработки маркетингового плана, основанного на анализе существующих рынков, конкурентов и потребителей услуг; <p>Ниже порогового уровня (Неудовлетворительно/ Не зачтено):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Не знает теоретические основы маркетинга и особенностей маркетинга в сфере культурного наследия;

			<p>2) Не умеет определять подходы к продвижению объектов культурного наследия средствами маркетинговых коммуникаций;</p> <p>3) Не владеет базовыми навыками исследования маркетинговой среды, формирования маркетинговой стратегии, разработки маркетингового плана, основанного на анализе существующих рынков, конкурентов и потребителей услуг</p>
ПК-3	Способен использовать знания о культурном наследии и организационно-управленческой работе	ИПК-3.1	<p>Высокий уровень (Отлично/ Зачтено):</p> <p>1) Знает подходы к формированию имиджа, бренда и репутации в сфере культурного наследия, управление взаимоотношениями со стейкхолдерами и потребителями;</p> <p>2) Умеет определять городские и локальные сообщества, а также форматы работы с различными аудиториями;</p> <p>3) Владеет методикой и практикой современных направлений маркетинга культурного наследия;</p> <p>Средний уровень (Хорошо/ Зачтено):</p> <p>1) Знает подходы к формированию имиджа, бренда и репутации в сфере культурного наследия, управление взаимоотношениями со стейкхолдерами и потребителями;</p> <p>2) Умеет определять городские и локальные сообщества, а также форматы работы с различными аудиториями;</p> <p>3) Владеет методикой и практикой современных направлений маркетинга культурного наследия;</p> <p>Низкий уровень (Удовлетворительно/ Зачтено):</p> <p>1) Частично знает подходы к формированию имиджа, бренда и репутации в сфере культурного наследия, управление взаимоотношениями со стейкхолдерами и потребителями;</p> <p>2) Частично умеет определять городские и локальные сообщества, а также форматы работы с различными аудиториями;</p> <p>3) Частично владеет методикой и практикой современных направлений маркетинга культурного наследия;</p> <p>Ниже порогового уровня (Неудовлетворительно/ Не зачтено):</p> <p>1) Не знает подходы к формированию имиджа, бренда и репутации в сфере культурного наследия, управление взаимоотношениями со стейкхолдерами и потребителями;</p> <p>2) Не умеет определять городские и локальные сообщества, а также форматы работы с различными аудиториями;</p> <p>3) Не владеет методикой и практикой современных направлений маркетинга культурного наследия</p>

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Тема кейс-стади: «Создание маркетинговой модели для объекта культурного наследия». Обучающийся самостоятельно выбирает объект культурного наследия для исследования.

Шкала оценивания проекта

Отлично/ Зачтено – 5 (70-100 баллов);
Хорошо/ Зачтено – 4 (60-69 баллов);
Удовлетворительно/ Зачтено – 3 (50-59 баллов);
Неудовлетворительно/ Не зачтено – 2 (0-49 баллов).

Преподавателям предлагается оценить итоги промежуточной аттестации по 5 критериям выставив за каждый критерий до 20 баллов:

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
1. показывает незаурядные способности обучающегося к критическому мышлению, анализу фактов и проблем; 2. демонстрирует креативные способности обучающегося, знание широкого круга классической и современной научной литературы; 3. отличается новизной и полностью соответствует заявленной теме; 4. доказывает навык обучающегося ставить исключительно ясные и уместные цели исследования, объединять детали в системное целое; 5. демонстрирует исключительно ясную логику и хорошее творческое мышление обучающегося, содержит убедительную аргументацию. 6. включает аргументированное заключение с ясным изложением ключевых выводов исследования и изложением решения поставленной в исследовании научной проблемы; 7. не содержит стилистических погрешностей.	Высокий уровень освоения компетенций	Зачтено/ Отлично (70-100 баллов)
1. показывает способность обучающегося к критическому мышлению, новизну понимания предмета; 2. демонстрирует знание классической и современной научной литературы; 3. соответствует заявленной теме; 4. содержит постановку уместных целей исследования; 5. отличается последовательностью изложения и умением объединять детали в целое; 6. включает аргументированное заключение с перечислением основных выводов исследования; 7. содержит незначительные стилистические погрешности.	Средний уровень освоения компетенций	Зачтено/ Хорошо (60-69 баллов)
1. показывает удовлетворительное понимание уместных проблем и контекстов, 2. демонстрирует умение обучающегося подбирать адекватную для целей исследования научную литературу; 3. соответствует заявленной теме; 4. доказывает способность обучающегося ставить ясные и достижимые цели исследования; 5. демонстрирует попытку последовательного изложения и объединения деталей в целое; 6. содержит не вполне успешную попытку написать аргументированное заключение; 7. содержит значительные стилистические погрешности.	Низкий уровень освоения компетенций	Зачтено/ Удовлетворительно (50-59 баллов)
1. показывает неадекватное понимание обучающимся фактов и проблем; 2. демонстрирует наличие у обучающегося некоторого знания классической и современной научной литературы; 3. не полностью соответствует заявленной теме; 4. включает достижимые, но ограниченные цели исследования; 5. демонстрирует отсутствие умения обучающегося выдерживать структуру аргументации; 6. не всегда имеет уместное заключение. 7. содержит большие стилистические погрешности, мешающие восприятию текста	Компетенции не освоены	Незачтено/ Неудовлетворительно (0-49 баллов)

5. Методические материалы по освоению дисциплины

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся в рамках дисциплины направлена на закрепление знаний, а также формирование умений и навыков без непосредственного участия преподавателя. Самостоятельная работа обучающихся способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа может быть организована как индивидуальным обучающимся, так и группой обучающихся в зависимости от целей и задач работы, а также способа проведения текущей и промежуточной аттестации.

Среди видов самостоятельной работы обучающихся выделяются следующие:

Подготовка к лекционному занятию

Формирование и усвоение содержания конспекта лекций, анализ материала предыдущих тем (разделов) дисциплины. Для подготовки к лекционному занятию обучающийся использует источники из списка основной литературы.

Подготовка к лекционному занятию предполагает следующие этапы работы обучающегося:

- 1) Обучающийся предварительно знакомится с соответствующим разделом обязательной литературы;
- 2) Готовит конспект лекций;
- 3) Изучает конспект и насыщает его ссылками на литературу из списка семинарских занятий.

Подготовка к практическому занятию

Для подготовки к семинарским и иным видам практических занятий обучающийся использует список основной/дополнительной литературы и информационные ресурсы.

Подготовка к практическому занятию предполагает следующие этапы работы обучающегося:

- 1) Изучение указанной литературы;
- 2) Изучение культурной практики по теме семинара с использованием рекомендованных информационных ресурсов;
- 3) Детальная проработка материалов по итогам семинара.

Методические рекомендации по написанию Кейс-стади

В рамках освоения дисциплины обучающиеся сдают Зачет с оценкой в форме письменной работы – кейс-стади. Проект является самостоятельной научной работой, выполненной в соответствии с тематикой и проблематикой пройденной учащимися дисциплины. В процессе выбора темы и постановки проблемы проект обучающимся рекомендуется консультироваться с преподавателем.

Проектная работа состоит из 5 частей:

1. Описание ОКН и обоснование его выбора. Описание текущей маркетинговой ситуации, содержащее не только описание и формулировки, но и демонстрирующее навыки анализа: послышки, аргументы, выводы.
2. Анализ внешней среды: рынки, конкуренты, посетители, покровители, спонсоры, партнеры и т.д.
3. Продукт, предлагаемый на рынке, удовлетворяющий потребности потребителей
4. Схема продвижения: аудитории, каналы, инструменты
5. Медиа план: каналы, послышки, форматы, периодичность, охват, бюджет.

Рекомендованная структура Кейс-стади

- 1) Титульный лист;
- 2) Оглавление;
- 3) Введение (подробное обоснование темы, постановка проблемы);
- 4) Основная часть: изложение материала, подкрепленного ссылками на использованные источники, концептуальная часть, рабочие понятия, критическая аргументация, эмпирические данные, организация и результаты собственного исследования (если проводилось). Основная часть работы должна быть разделена на главы или параграфы, имеющие содержательное название;
- 5) Заключение (выводы);
- 6) Список использованной научной литературы и источников.

Оформление письменной работы

Письменная работа должна быть оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями. В противном случае она не принимается к оцениванию.

Текст печатается через 1,5 интервала шрифтом Times New Roman, кегль 12.

Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного листа, однако номер страницы на нем не ставится.

Введение, каждая глава, заключение, список использованной литературы и приложения начинаются с новой страницы.

Таблицы и рисунки имеют отдельную сквозную нумерацию и название.

Ссылка на используемую литературу оформляется в виде сноски внизу страницы.

Нумерация сносок сквозная для каждой страницы текста. При первом упоминании источника выходные сведения указываются в полном объеме.

Пример:

Кутепов В. И., Виноградова А. Г. Искусство Средних веков. М.: Проспект, 2006. С. 144.

Адорно Т. В. К логике социальных наук // Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76. или, если о данной статье говорится в тексте документа: Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому документу, то в начале ссылки приводят слова: «Цит. по:» (цитируется по) с указанием источника заимствования.

Пример:

Цит. по: Флоренский П. А. У водоразделов мысли. М., 1990. Т. 2. С. 27.

Повторную ссылку на один и тот же документ (группу документов) или его часть приводят в сокращенной форме.

Пример:

первичная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. М.: КНОРУС, 2010. С. 19.

повторная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. С. 23.

При последовательном расположении на одной странице первичной и повторной ссылок текст повторной ссылки заменяют словами «Там же» или «Ibid.» (ibidem) для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу первоисточника к словам «Там же» добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Там же» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2004. С. 58.

повторная ссылка: Там же. С. 81.

Первичная ссылка: Patton M. Q. Developmental evaluation: applying complexity concepts to enhance innovation and use. New York: Guilford Press, 2010. Pp. 27.

повторная ссылка: Ibid. Pp. 96.

В повторных ссылках, не следующих за первичной ссылкой и содержащих запись на один и тот же документ, приводят фамилию автора, а основное заглавие и следующие за ним повторяющиеся элементы заменяют словами «Указ. соч.» (указанное сочинение), «Цит. соч.» (цитируемое сочинение), «Op. cit.» (opus citato — цитированный труд) — для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу к словам «Указ. соч.» (и т.п.) добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Указ. соч.» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Козырев Г. И. Введение в конфликтологию. М.: Владос, 1999. С. 86.

повторная ссылка: Козырев Г. И. Указ. соч. С. 140.

первичная ссылка: Putnam H. Mind, language and reality. Cambridge: Cambridge University Press, 1979. Pp. 12–13.

повторная ссылка: Putnam H. Op. cit. P. 25.

Ссылка на первоисточник в тексте осуществляется посредством указания в круглых скобках фамилии автора монографии или статьи и года издания работы, например, (Дюркгейм, 1995) или (Øvretveik, 1996).

Список литературы в конце работы имеет сквозную нумерацию источников. Сначала указываются нормативные акты, затем — монографии, научные статьи и другие источники.

Пример:

Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 3 февраля 1996 г. // Собрание Законодательства РФ. 1996. № 6. Ст. 492.

Принцип расположения остальных источников — алфавитный порядок фамилий авторов (отдельно на русском и английском языках). Сначала указывается фамилия автора, затем его инициалы. Если в список включаются несколько работ одного и того же автора, то в случае монографических публикаций работы располагаются по хронологическому принципу (опубликованные в одном и том же году снабжаются буквенными индексами, например, 2007а и 2007б), а затем идут работы в соавторстве.

При описании источника указываются: фамилия и инициалы автора, название монографии или статьи; для монографий — место и год издания, количество страниц; для статей — название журнала или коллективной монографии, год издания, том, номер, страницы.

Пример описания монографий:

Бахтин М. М. Формальный метод в литературоведении: критическое введение в социальную поэтику. М.: Лабиринт, 2003. 192 с.

Гуманистический подход к охране здоровья / Отв. ред. Н. Берковитц. М.: Аспект Пресс, 1998. 213 с.

Campbell P. H. The integrated programming team. London: Ashgate, 1987. 176 p.

Helping people change: a textbook of methods / Eds. F. H. Kanfer, A. P. Goldstein. Boston: Allyn and Bacon, 1991. 285 p.

Пример описания статей:

Владимирова И. М., Овчинников Б. В. Методика психологического консультирования в социальной работе // Вестник психосоциальной и коррекционно-реабилитационной работы. 1996. № 2. С. 14–30.

Шульман Л. Консультации // Энциклопедия социальной работы: В 3 т. / Под ред. Л. Э. Кунельского, М. С. Мацковского. М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1994. Т. 2. С. 31–34.

Øvretveit J. Five ways to describe a multidisciplinary team // Journal of Interprofessional Care. 1996. № 2. Pp. 48–63.

При оформлении электронных ссылок для обозначения электронного адреса используют аббревиатуру «URL» (Uniform Resource Locator — унифицированный указатель ресурса).

Пример:

Жилищное право: актуальные вопросы законодательства: Электронный журнал. 2007. № 1. URL: <http://www.gilpravo.ru> (дата обращения: 20.08.2007).

или, если о данной публикации говорится в тексте документа: URL:

<http://www.gilpravo.ru>

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

6.1 Основная литература по дисциплине

1. Основы культурной политики [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Т. Баранов, В. В. Василенко, Л. В. Ванян [и др.] ; под ред. В. Н. Грузков. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 198 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75587.html>

6.2 Дополнительная литература

1. Белозор А.Ф. Культурная политика России. Взаимодействие государства и бизнеса [Электронный ресурс]: монография / А.Ф. Белозор, Ф.И. Белозор. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 560 с. — 978-5- 903802-19-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8236.html>

2. Беляева, Е. Е. Культурная интеграция как основная стратегия культурной политики Европейского союза [Электронный ресурс]: монография / Е. Е. Беляева. — Электрон. текстовые данные. — М.: Прометей, 2012. — 98 с. — 978-5-4263-0113-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23995.html>

3. Приоритетные направления государственной культурной политики Российской Федерации: учебное пособие: [16+] / под ред. В.Н. Грузкова; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». — Ставрополь: СКФУ, 2017. — 169 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483756>

6.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Всеобщая Декларация прав человека. [on-line]. Метод доступа: <http://www.un.org/russian/document/declarat/declhr.htm>

2. Всеобщая Декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии //Мир культуры. Международная мозаика: Сравнительный анализ культурной политики зарубежных стран.-М.: Либерея, 2003.-С.6-10.

3. Европейская конвенция по культуре [on-line]. Метод доступа: http://www.committee.org.ua/ekk_rus.htm

4. Конституция Российской Федерации.

5. Организация объединенных наций. [on-line]. Метод доступа: <http://www.un.org/russian/>

6. Федеральная целевая программа «Культура России» (2006-2010 гг.) [on-line]. Метод доступа: http://www.rosculture.ru/activity/federal_program_new/
7. Treaty on European Union (signed in Maastricht on 7 February 1992). [on-line]. Метод доступа: <http://europa.eu.int/abc/obj/treaties/en/entoc01.htm>

6.4. Интернет-ресурсы

1. Cultural co-operation [on-line]. Метод доступа: <http://europa.eu.int/>
2. Cultural Policy in Italy / Culturelink. Метод доступа: <http://www.wvcd.org/policy/clink/Italy.html>
3. Сайт "Русский Архипелаг". [on-line]. Метод доступа: <http://www.archipelag.ru/>
4. European Capitals of Culture -[on line] Метод доступа: http://europa.eu.int/comm/culture/eac/other_actions/cap_europ/cap_eu_en.html
5. European Institute for Progressive Cultural Policies. [online]. Метод доступа: <http://www.eipcp.net>
6. Minichbauer R., Mitterdorfer E. European Cultural Networks and Networking in Central and Eastern Europe. [online]. Метод доступа: <http://www.eipcp.net/studien/s01/01deckblatt.html>
7. Study on the Contribution of Culture to Local and Regional Development - Evidence from the Structural Funds. Final Report. September 2010. // [электронный ресурс] Метод доступа: http://ec.europa.eu/culture/documents/final_report_sf_en.pdf (дата цит. 05.12.2011).
8. UNESCO. [on-line]. Метод доступа: <http://www.unesco.org>
9. Аллаhverдиева Н., Кузовникова Л., Лаврухина И., Сорокин В., Фирсов Г. Модели и практики спонсорства и фандрейзинга в Великобритании. Метод доступа: <http://www.cpolicy.ru/issledovania.html/britain.html>
10. Берелович А.Я. Из опыта культурной политики во Франции. Метод доступа: <http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/1998/vestniksf71-4-2/vestniksf71-4-2140.htm>
11. Вестхейм Г. Инструментальная культурная политика в скандинавских странах: критический исторический взгляд. Метод доступа: <http://www.journal.60parallel.org/ru/journal/2004/9/60>
12. Востряков Л.Е. Культурная политика: концепции, понятия, модели. Метод доступа: <http://www.cpolicy.ru/analytics/80.html>
13. Востряков Л.Е. Культурная политика: основные концепции и модели. Метод доступа: <http://www.dvinaland.ru/culture/site/Publications/EoC/EoC2004-1/07.pdf>
14. Востряков Л.Е. Культурная политика: концепции, понятия, модели: // [электронный ресурс] метод доступа: <http://www.cpolicy.ru/analytics/80.html> (дата цит. 05.12.2011)
15. Драгичевич-Шешич М. Перспективы культурного развития: новые модели общей культурной политики. Метод доступа: http://www.ifapcom.ru/files/Monitoring/dragisevic_cult_development.pdf
16. Дрессеир Ф., Карбовник Н. Идеальный менеджер или иллюзии государственного менеджмента культуры во Франции. Метод доступа: <http://www.dvinaland.ru/culture/site/Publications/EoC/EoC2002-1/12.pdf>
17. Золотова Л., Дербенева А., Вяткина Е., Матвиенко К., Николаев И., Синицына О. Модели и практики спонсорства и фандрейзинга в Австрии/ Институт культурной политики. Метод доступа: <http://www.cpolicy.ru/issledovania.html/austria.html>
18. Зуев С. Э. Культурная политика и институционализация программирования: Лекция // [on-line] Метод доступа: <http://www.shkp.ru/lib/archive/methodologies/2001/7> (дата цит. 05.12.2011)
19. Игнатова С. Вена: тандем со временем. Метод доступа: <http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/77>
20. Институт культурной политики. Метод доступа: <http://www.cpolicy.ru/>

21. Информационный портал European Expert Network on Culture (EENC). Метод доступа: <http://www.eenc.info/>
22. Информационный портал European Network of Cultural Administration Training Centers (ENCATS). Метод доступа: <http://www.encatc.org/pages/index.php>
23. Информационный портал Network of Networks for Research and Cooperation in Cultural Development (Culturelink Network). Метод доступа: <http://www.culturelink.org/>
24. Информационный портал Policies for culture. Метод доступа: <http://www.policiesforculture.org/index.php>
25. Информационный портал Трансевропейское сотрудничество для сбалансированного развития (INTERREG). Метод доступа: <http://www.interreg4c.eu/>
26. Кауппи Н. В тени де Голля. Французская идентичность и Общеввропейская безопасность. Метод доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2001/1/niilo.html>
27. Клаич Д. Исполнительские искусства в Нидерландах. Культурная политика, ее цели и механизмы. Метод доступа: <http://www.artmanager.ru/articles/howto/156-006.html>
28. Культура Баренц-региона: [on-line]. Метод доступа: <http://barentsculture.karelia.ru/site/1077720236/1087819120.html>
29. Культура. [on-line]. Метод доступа: <http://www.culturalmanagement.ru/resources/cultpol/>
30. Лаине К. Структура и управление культурной политикой в Финляндии. Метод доступа: <http://www.dvinaland.ru/culture/site/Publications/EoC/EoC1999-4/04.pdf>
31. Министерство культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации [online]. Метод доступа: <http://www.mkmk.ru>
32. Пекович Г. Культурные индустрии в Сербии - пять лет спустя. Метод доступа: <http://www.journal.60parallel.org/ru/journal/2005/13/104>
33. Пикок Алан. Экономика, культурные ценности и политика в сфере культуры (Шотландия). Метод доступа: <http://www.dvinaland.ru/culture/site/Publications/EoC/EoC1998-2/11.pdf>
34. Правительство Российской Федерации [online]. Метод доступа: <http://www.government.ru>
35. Проект European Capital of Culture. Метод доступа: http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc413_en.htm
36. Сайт Европейской комиссии по культуре. http://ec.europa.eu/culture/index_en.htm
37. Сайт Европейской комиссии, портал по культуре. <http://ec.europa.eu/culture/portal/>
38. Сайт Компендиум культурной политики в Европе. <http://www.culturalpolicies.net>
39. Сайт Совета Европы (Council of Europe). <http://www.coe.int>
40. Федеральное агентство по культуре и кинематографии [online]. Метод доступа: <http://www.roskultura.ru>
41. ЮНЕСКО. [on-line]. Метод доступа: <http://www.unesco.ru>

6.5 Иные источники

1. Овчинников В.Н. Силуэты региональной экономической политики на Юге России [Электронный ресурс] / В.Н. Овчинников, Ю.С. Колесников. — Электрон. Текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2008. — 176 с. — 978-5- 9275-0372- 8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47042.html>
2. Фуко М. Правительственность (идея государственного интереса и его генезис). Метод доступа: <http://www.ruthenia.ru/logos/number/39/01.pdf>
3. Холопайнен Т. О финском управлении культурой. Метод доступа: <http://www.dvinaland.ru/culture/site/Publications/EoC/EoC2002-2/12.pdf>

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; укомплектована специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, обеспечивающими реализацию проектируемых результатов обучения.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Для обеспечения преподавания дисциплины требуется помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Информационные справочные системы и ресурсы

1. ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Lexis Nexis Academic (Lexis Uni) <https://lexisnexis.com/>
4. ЭБС «Мобильная библиотека ЛитРес» <http://biblio.litres.ru/>
5. ЭБС «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>
6. Информационная справочная система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>
7. Информационная справочная система Гарант <http://www.garant.ru/>
8. Профессиональная база данных Scopus <https://www.scopus.com/>
9. Профессиональная база данных Web of Science (WoS) <https://webofknowledge.com/>
10. Интерфакс СПАРК. Экономическая статистика по регионам <http://www.spark-interfax.ru/ru/statistics>
11. База данных исследований Московского института социально-культурных программ <http://miscp.ru/>
12. Мировые практики Smart City: открытая база знаний <https://ict.moscow/projects/smart-cities/>
13. Атлас культурных ресурсов и учреждений культуры Российской Федерации <https://www.culture.ru/atlas/russia>
14. База статистических данных сферы культуры европейских стран <https://www.culturalpolicies.net/web/compendium.php>

Технические и программные средства обучения

Для обеспечения преподавания дисциплины используется набор демонстрационного оборудования:

1. Ноутбук (Windows 8.1 или 10) с программным обеспечением LibreOffice и (или) моноблок (Win 8.1) с программным обеспечением Office Standart;
2. Проектор.