

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московская высшая школа социальных и экономических наук»
Факультет управления социокультурными проектами
Кафедра менеджмента и культурной политики

Утверждена
ученым советом ОАНО «МВШСЭН»
(в составе ОП ВО)
Протокол №61
от 16 июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.01 Маркетинг культуры

(код, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки)

Индустрия моды: теории и практики

(направленность (профиль))

Магистр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2021 г.

Москва, 2020 г.

Автор(ы)-составитель(и):

кандидат философских наук, доцент <i>(ученая степень и (или) ученое звание, должность)</i>	Менеджмента и культурной политики <i>(наименование кафедры)</i>	Е.А. Сачкова <i>(Ф.И.О.)</i>
кандидат исторических наук, доцент <i>(ученая степень и (или) ученое звание, должность)</i>	Менеджмента и культурной политики <i>(наименование кафедры)</i>	М.Б. Гнедовский <i>(Ф.И.О.)</i>

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры Менеджмента и культурной политики Протокол № 3 от 20.03. 2020 г.

И.о. заведующего кафедрой

Менеджмента и культурной политики <i>(наименование кафедры)</i>	Доктор экономических наук, профессор <i>(ученая степень и (или) ученое звание, должность)</i>	А.А. Бессолицын <i>(Ф.И.О.)</i>
---	---	------------------------------------

Содержание

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО	5
3. Объем дисциплины (модуля)	5
4. Содержание и структура дисциплины (модуля)	6
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	8
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	12
7. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	12
7.1. Типовые контрольные задания	12
7.2. Перечень формируемых компетенций	12
7.3. Методические материалы	14
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	15
8.1. Основная литература	15
8.2. Дополнительная литература	15
8.3. Нормативные и правовые документы	15
8.4. Интернет-ресурсы	15
8.5. Иные источники	16
9. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины (модуля)	16

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Основной целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.04.0 «Маркетинг культуры» является обеспечение обучающихся знаниями соответствующих принципов теории и практики маркетинга, которые могут быть применены в контексте социально-культурных и экономических изменений.

Задачи дисциплины:

- Сформировать у обучающихся критический и аналитический подход к историческим и культурным предпосылкам текущей маркетинговой практики;
- сформировать у обучающихся понимание теории маркетинга и правил ее применения для комплексного управления сохранением, развитием, и интерпретацией культурного наследия, включая коммерческие аспекты и предпринимательство;
- на практике продемонстрировать обучающимся пути взаимодействия маркетинговых продуктов и самого музея в разных регионах, городах, инструменты определения целевых аудиторий и коммуникации с властными структурами и другими заинтересованными сторонами;
- дать обучающимся представление о ключевых процессах и концепциях, связанных с управлением и оценкой маркетинговой деятельности музея в национальном и международном контексте, включая углубленное исследование рынка, анализ данных, стратегическое планирование и обмен данными на управленческом и академическом уровнях.

Дисциплина исследует методы и модели, используемые для изучения вопросов управления, их преимуществ и недостатков, а также способов применения их для самостоятельного изучения и решения маркетинговых задач в музеях.

Дисциплина ориентирована на маркетинг в музеях и управлении наследием как гуманитарной (социокультурной) и экономической дисциплины. Понимание применения принципов маркетинга в музейной практике станут основой для дальнейшего выбора обучающимися той или иной специализации в рамках программы.

В рамках дисциплины значительное внимание будет уделено:

- современному контексту деятельности менеджера по маркетингу и управлению наследием в музеях: будут освещены такие аспекты, как роль культурного маркетинга в городском и региональном развитии, социальные последствия культурной деятельности, культура в контексте постиндустриальной экономики и т.д.;
- историческому обзору теорий культуры и политической практики;
- инструментам и философия различных маркетинговых моделей и теорий;
- универсальным компонентам маркетинговых навыков (организация, анализ, планирование, стратегирование, исследования) и их отношениям между собой;
- основным методам маркетинговой координации (рынок, сети).

Таблица 1.

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
-----------------	------------------------	--

ПК-1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: З1 - базовые методы координации в данной сфере деятельности;
		Уметь: У1 - выбирать наиболее адекватный управленческой ситуации метод координации.
		Владеть: В1 – навыками соотнесения собственных управленческих решений и социокультурного и правового контекста.
ПК-2	способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: З1 - базовые методы координации в данной сфере деятельности;
		Уметь: У1 - выбирать наиболее адекватный управленческой ситуации метод координации.
		Владеть: В1 – навыками соотнесения собственных управленческих решений и социокультурного и правового контекста.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Маркетинг культуры» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части учебного плана программы подготовки по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры), профиль «Индустрия моды: теории и практики». Дисциплина «Маркетинг культуры» изучается на 1 курсе, во 2 семестре, в соответствии с учебным планом.

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Маркетинг культуры» опирается на:

Б1.В.04 Мода и перформанс: между искусством и маркетингом

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Маркетинг культуры» является базой для:

Б2.В.03(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Б2.В.04(Пд) Преддипломная практика

Б3.Б.01(Д) Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы

Б3.Б.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы

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

Распределение видов учебной работы, форматов текущего контроля представлены в таблице:

Практические занятия	С применением ДОТ
Лекционные занятия	С применением ДОТ
Самостоятельная работа	С использованием ЭИОС*
Промежуточная аттестация	Частично в системе дистанционного обучения
Формы текущего контроля	

Опрос	В рамках проведения практических занятий
-------	--

* ЭИОС – электронная информационно-образовательная среда

Доступ к системе электронной поддержки учебных курсов Moodle 3 осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://distanty.ru>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется обучающемуся в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе электронной поддержки учебных курсов, оцениваются в системе Moodle 3. Доступ к материалам практических занятий предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ предоставляется на ограниченное время. На выполнение каждого вида работ дается не более трех попыток. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Объем дисциплины (модуля)

Таблица 2.

Объем дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Семестр			
			1	2	3	4
Очная форма обучения						
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		28		28		
лекционного типа (Л)		8		8		
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)						
практического (семинарского) типа (ПЗ)		20		20		
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)						
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		116		116		
Промежуточная аттестация	форма			Зачет с оценкой		
	час.					
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		144/4		144/4		

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 3.

Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компет енций	Коды ЗУВ (в соотв. с табл. 1)
----------	--------------------------------	---------------------------	-------------------------	-------------------------------------

Тема 1	Семь или девять «П», или «Принципы маркетинга для музеев»	Маркетинг как дисциплина через призму принципов Котлера. Введение в контекст маркетинга и его практики. Основные процессы маркетинговой деятельности: подготовка, определение рынка по Абелю, внутренний и внешний анализ, «П» - понятийный аппарат маркетинга, сети, потребители, конкуренция, SWOT, стратегический выбор, стратегия. Практические примеры из деятельности ведущих музеев РФ и мира.	ПК-1	31, В1
Тема 2	Кросскультурный маркетинг	Маркетинговое мышление в контексте европейских и российских музеев. Эволюция маркетинга в культуре и его будущее. Управление изменениями, содействующее маркетингу.	ПК-1	У1
Тема 3	Привлечение новых аудиторий в музеи	Как исследовать, картировать, и учиться у потенциальной аудитории? Какая поддержка может быть оказана правительством/государством? Как выглядит существующая, потенциальная и нежелательная аудитории? Что мы знаем из них? Как измерить проявления аудитории и сформулировать поведенческие модели культурного потребления? Какие теоретические и научные модели существуют?	ПК-1	31, В1
Тема 4	Музей и власть: сотрудничество или отношения заинтересованных сторон	Маркетинг и государственное управление. Ситуационный или экологический подход. Сотрудничество или индивидуальный подход? Каковы исторические и будущие отношения между музеями и властью?	ПК-1 ПК-2	У1, В1 31, У1, В1
Тема 5	Музеи и коммерческие компании: успешные маркетинговые коммуникации	Коммерческие инновации в сочетании с идеями социально-культурного плана. Есть ли потенциал для объединения и поддержки друг друга?	ПК-1 ПК-2	В1 31, У1, В1
Тема 6	Музеи, творческие кластеры и концепция «третьего места» / «пространства для дыхания»: новые рынки, новые аудитории	Социальная координация и принципы сетевого сотрудничества (европейские культурные сети). Как музеи могут найти новые рынки, новые бизнес-решения, новую аудиторию, работая вместе	ПК-1	31, У1
Тема 7	Знания и образование: роль музеев	Сотрудники музея должны быть высококвалифицированными, и музей постоянно работает над совершенствованием системы	ПК-1 ПК-2	31 31, У1, В1

		управления персоналом (управления человеческими ресурсами).		
Тема 8	Маркетинг музеев, обеспечение устойчивого развития в будущем	Аудит эффективности музейных маркетинговых решений. Подготовка к написанию эссе, презентация, разбор и обсуждение управленческих и маркетинговых кейсов, подготовленных обучающимися.	ПК-1	В1

Таблица 4.

Структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточно й аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Семь или девять «П», или «Принципы маркетинга для музеев»	16	1		1		14	УО
Тема 2	Кросскультурный маркетинг	18	1		3		14	УО
Тема 3	Привлечение новых аудиторий в музеи	17	1		2		14	УО
Тема 4	Музей и власть: сотрудничество или отношения заинтересованных сторон	17	1		2		14	УО
Тема 5	Музеи и коммерческие компании: успешные маркетинговые коммуникации	20	1		3		16	УО
Тема 6	Музеи, творческие кластеры и концепция «третьего места» / «пространства для дыхания»: новые рынки, новые аудитории	20	1		3		16	УО
Тема 7	Знания и образование: роль музеев	18	1		3		14	УО
Тема 8	Маркетинг музеев, обеспечение устойчивого развития в будущем	18	1		3		14	УО
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		144/4	8		20		116	
Примечание к Таблице 4: * формы текущего контроля успеваемости: устный опрос (УО)								

5. 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.

Подготовка самостоятельной исследовательской работы (эссе) для проведения промежуточной аттестации:

Эссе — самостоятельная письменная реферативно-аналитическая работа, освещающая современное состояние конкретной научной проблемы и содержащая ответ на вопрос о перспективах и возможных путях ее решения. Требования к объему эссе устанавливаются преподавателем дисциплины.

Тема эссе выбирается обучающимся самостоятельно из списка, содержащегося в фонде оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине. В соответствии со своими научными интересами обучающийся может предложить тему эссе, отсутствующую в списке фондов оценочных средств. В этом случае тема согласовывается с преподавателем дисциплины.

Подготовка эссе предполагает следующие этапы работы обучающегося:

- сбор материала;
- согласование темы с преподавателем;
- обоснование темы;
- разработка плана исследования и постановка исследовательских задач;

- обсуждение структуры работы с преподавателем;
- написание эссе;
- редактирование;
- проработка замечаний;
- учет замечаний в дальнейшей работе.

Методические рекомендации по написанию эссе

В рамках освоения дисциплины обучающиеся сдают экзамен в форме письменной работы – эссе. Эссе является самостоятельной научной работой, выполненной в соответствии с тематикой и проблематикой пройденной учащимися дисциплины. В процессе выбора темы и постановки проблемы эссе обучающимся рекомендуется консультироваться с преподавателем.

Рекомендованная структура эссе:

- 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. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Критерии оценивания участия обучающегося в обсуждении текста

Участие обучающегося в обсуждении текста на семинарском занятии оценивается преподавателем по системе «зачет/незачет».

«Зачет» выставляется в том случае, если в ходе обсуждений текстов на семинарских занятиях обучающийся продемонстрировал способность к критическому анализу материала, хорошее знание исторического контекста, а также способность самостоятельно находить проблему в тексте и умение развернуто аргументировать свою позицию с опорой на текст.

«Незачет» выставляется в том случае, если обучающийся продемонстрировал неспособность к самостоятельному анализу текста и постановке проблемы, плохое понимание основных положений текста.

7. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Формой промежуточной аттестации является зачет с оценкой.

7.1. Типовые контрольные задания

1. Принципы маркетинга музейных проектов (на примере конкретной организации или конкретного проекта)

2. Стратегия привлечения новой аудитории в музей (на примере конкретного музея)
3. Партнерство музея и коммерческой компании: успешные маркетинговые коммуникации (на примере конкретного музея)
4. Партнерство музея и государственного сектора: успешные маркетинговые коммуникации (на примере конкретного музея)

7.2. Перечень формируемых компетенций

Таблица 5. Показатели и критерии оценивания компетенций по этапам их формирования

Код компет енции	Код ЗУВ	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
ПК-1 ПК-2	Все ЗУВ ПК-1 Все ЗУВ ПК-2	Эссе: 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)
ПК-1 ПК-2	Все ЗУВ ПК-1 Все ЗУВ ПК-2	Эссе: 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;	средний уровень освоения компетенций	зачтено (хорошо)

		5. отличается последовательностью изложения и умением объединять детали в целое; 6. включает аргументированное заключение с перечислением основных выводов исследования; 7. содержит незначительные стилистические погрешности.		
ПК-1 ПК-2	Все ЗУВ ПК-1 Все ЗУВ ПК-2	Эссе: 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	не зачтено (удовлетворительно)
ПК-1 ПК-2	Все ЗУВ ПК-1 Все ЗУВ ПК-2	Эссе: 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	не зачтено (неудовлетворительно)

Шкала оценивания эссе:

Отлично – 5 (70-100 баллов)

Хорошо – 4 (60-69 баллов)

Удовлетворительно – 3 (50-59 баллов)

Неудовлетворительно – 2 (0-49 баллов).

7.3. Методические материалы

Формой промежуточной аттестации является зачет с оценкой.

Зачет с оценкой проводится в форме эссе. Эссе – это самостоятельная письменная реферативно-аналитическая работа, освещающая современное состояние конкретной научной проблемы и содержащая ответ на вопрос о перспективах и возможных путях ее решения.

Рекомендуемый объем эссе составляет 3 500 слов. Эссе сдаются в электронном виде и размещаются онлайн на сайте distanty.ru. Эссе, предоставленные позже установленного срока сдачи без уважительной причины или выполненные с нарушением требований, предъявляемых к письменным работам (например, отсутствие титульного листа, оглавления, списка использованной литературы) не принимаются к оцениванию.

Эссе оценивается преподавателем по показателям, указанным в Таблице 5 рабочей программы дисциплины. Для подтверждения определенного уровня освоения компетенций эссе оценивается по 7 показателям. Уровень освоения компетенций подтверждается соответствием эссе минимум 5 показателям данного уровня.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

8.1. Основная литература

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83143.html>
2. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ под ред. И.В. Липсица, О.К. Ойнер. – М.: Издательство ЮРАЙТ, 2016. – 379 с. Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс. Режим доступа: <https://www.litres.ru/nikolas-koro/marketing-menedzhment-uchebnik-i-praktikum-dlya-baka-11-960327/>

8.2. Дополнительная литература

1. Есикова И.В. Ключевые правила организации выставки [Электронный ресурс] / И.В. Есикова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 105 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/832.html>
2. Фетисов, А.В. Управление культурами : учебное пособие для слушателей программ профессиональной подготовки и переподготовки / А.В. Фетисов ; Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Дело (РАНХиГС), 2011. – 138 с. – (Образовательные инновации). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443277>

8.3. Нормативные и правовые документы

Не используются

8.4. Интернет-ресурсы

1. Arts Council Great Britain. URL: www.artscouncil.org.uk
2. Michael E. Porter The Five Competitive Forces that Shape Strategy), Harvard Business Review, январь 2008, стр. 86–104. URL: https://hbr.org/2008/01/the-five-competitive-forces-that-shape-strategy?cm_sp=Article_-_Links_-_Comment
3. The Economic Impact of Museums in England. For Arts Council England. 25 February 2015 URL: http://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Economic_Impact_of_Museums_in_England_report.pdf
4. Материалы конференции Британского Совета и Министерства иностранных дел Голландии в Апелдорне, 2011, Роттердам «Создавая успешные города» ('Making Successful Cities'). URL: <http://www.britishcouncil.nl/sites/default/files/apeldoorn-2011-report.pdf>
5. Материалы конференции Британского Совета и Министерства иностранных дел Голландии в Апелдорне, 2014 г., Ливерпуль, «Произведения искусства: в поисках социальной и экономической ценности культурного наследия» (Art works: Exploring the social and economic value of culture). URL: <http://www.britishcouncil.nl/sites/default/files/apeldoorn-2014-report.pdf>
6. Международный совет музеев (ICOM): <http://icom.museum>

8.5. Иные источники

Не используются

9. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины (модуля)

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:

- Lexis Nexis Academic (Lexis Uni) <https://lexisnexis.com/>
- ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
- ЭБС «Мобильная библиотека ЛитРес» <http://biblio.litres.ru/>
- ЭБС «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>
- Информационная справочная система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>
- Информационная справочная система Гарант <http://www.garant.ru/>

- Профессиональная база данных Scopus <https://www.scopus.com/>
- Профессиональная база данных Web of Science (WoS) <https://webofknowledge.com/>
- Интерфакс СПАРК. Экономическая статистика по регионам <http://www.spark-interfax.ru/ru/statistics>
- База данных исследований Московского института социально-культурных программ <http://miscp.ru/>
- Мировые практики Smart City: открытая база знаний <https://ict.moscow/projects/smart-cities/>
- Атлас культурных ресурсов и учреждений культуры Российской Федерации <https://www.culture.ru/atlas/russia>
- База статистических данных сферы культуры европейских стран <https://www.culturalpolicies.net/web/compendium.php>

Для обеспечения преподавания дисциплины используется набор демонстрационного оборудования:

- ноутбук (Windows 8.1 или 10) с программным обеспечением LibreOffice и (или) моноблок (Win 8.1) с программным обеспечением Office Standart
- проектор.