

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«Приднестровский государственный университет
им. Т.Г. Шевченко»

Рыбницкий филиал

Кафедра общенаучных дисциплин

УТВЕРЖДАЮ

Директор Рыбницкого филиала
ПГУ им. Т.Г. Шевченко, профессор


« 25 »  Павлинов И.А.
2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

на 2019/2020 учебный год

Учебной ДИСЦИПЛИНЫ

«ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Направления подготовки:

8.51.03.03 «Социально-культурная деятельность»

Профиль подготовки:

«Менеджмент социально-культурной деятельности»

квалификация(степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения:

заочная

Рабочая программа дисциплины *«Основы менеджмента социально-культурной деятельности»* / сост. Е.А. Гайдей/ – Рыбница: РФ ГОУ «ПГУ им. Т.Г. Шевченко», 2019 – 14 с.

ПРОГРАММА ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ЧАСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА СТУДЕНТАМ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 8.51.03.03 «СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» И ПРОФИЛЮ ПОДГОТОВКИ «МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 8.51.03.03 «Социально-культурная деятельность», утвержденного приказом министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 г, № 995.

Составитель:  /Гайдей Е. А., ст. преподаватель/

соч.
В. Шен

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины: формирование знаний, умений и навыков менеджмента социально-культурной деятельности как основы организации деятельности учреждений культуры, развитие и укрепление комплекса практических навыков по современным формам и методам социокультурного менеджмента.

Задачи дисциплины:

- формирование научного представления об управлении, определяющего профессионализм деятельности современного менеджера социально-культурной деятельности;
- формирование творческо-инновационных навыков в управлении социально-культурными системами;
- формирование навыков правильной организации мотивационных процессов труда;
- разработка и поддержание правильного психологического климата в коллективе учреждений культуры.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП)

Дисциплина Б1.Б.18 «Основы менеджмента социально-культурной деятельности» относится к дисциплинам базовой части блока 1 основной образовательной программы подготовки бакалавров по профилю «Менеджмент социально-культурной деятельности».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ООП ВО по направлению подготовки:

Код Компетенции	Формулировка компетенции
ПК-9	готовность к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности;
ПК-13	готовность к осуществлению технологий менеджмента и продюсирования концертов, фестивалей, конкурсов, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности.

В результате освоения дисциплины студент должен

знать:

- основные понятия, теории, специфику и принципы менеджмента социально-культурной деятельности, теоретические основы и закономерности управления на разных этапах его становления, тенденции развития управления в России и мировой системы менеджмента;
- основные критерии и отраслевые показатели эффективности организационного управления в сфере культуры, и принципы их расчёта.

уметь:

- выявлять проблемы организационной, финансово-хозяйственной, социальной и художественно-творческой деятельности учреждений и организаций культуры,

анализировать конкретные ситуации, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты.

владеть:

- специальной терминологией менеджмента, навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, профессиональной аргументации, методами организации и руководства социально-культурной деятельностью учреждений культуры.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов					Форма итогового контроля
	Трудоемкость з.е./часы	В том числе				
		Аудиторных			Самост. работа	
		Всего	Лекций	Практич. занятий		
IV	4/144	144	6	8	121	экзамен 9 ч.
Итого:	4/144	144	6	8	121	

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторных работ		Внеаудиторные работы (самост.)
			Л	ПЗ	
1.	Теоретические аспекты менеджмента	40	2	2	33
2.	Основные функции социокультурного менеджмента	54	2	4	44
3.	Персонал - технологии в социокультурном менеджменте	50	2	2	44
	Итого	144	6	8	121
	Всего				

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
1	1.	2	Тема 1.1. Государство и культура Опыт управления в сфере культуры. Государственное регулирование в сфере культуры. Государственная культурная политика в современных условиях.	Базовый учебник

2	2.	2	Тема 2.1. Практические основы менеджмента социокультурной сферы. Стратегическое управление организации культуры. Организационная культура менеджмента. Технология менеджмента.	Базовый учебник
3	3.	2	Тема 3.1. Система управления персоналом в учреждениях и организациях культуры Эволюция теории управления персоналом. Социокультурная концепция управления инновациями и сопротивлениями в сфере культуры. Стимулирование и мотивация.	Базовый учебник
Итого:		6		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
1	1.	2	Тема 1.1. Социально-культурная деятельность и управление. Организационно-экономические условия менеджмента в сфере культуры.	Интернет-ресурсы
2	2.	2	Тема 2.1. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы. Тема 2.2. Технологии маркетинга и бренд-менеджмента в социально-культурной сфере.	Интернет-ресурсы Базовый учебник
3	3.	4	Тема 3.1. Система управления персоналом в учреждениях и организациях культуры.	Интернет-ресурсы
Итого:		8		

4.4.(I) Самостоятельная работа

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
1	1	Тема 1.1 Социально-культурная деятельность и управление.	20
2	2	Тема 2.1. Основные технологии планирования деятельности учреждений социокультурной сферы.	20
2	3	Тема 2.2. Технологии финансирования социокультурной сферы.	20
2	4	Тема 2.3. Значение информации в управлении организаций культуры. Современные информационные технологии менеджмента в социокультурной сфере.	20
3	5	Тема 3.1. Система управления персоналом в учреждениях и организациях культуры.	21
3	6	Тема 3.2. Креативные индустрии.	20
Итого:			121

5. Примерная тематика курсовых работ.

1. Менеджмент как сфера деятельности и наука управления.
2. Становление и развитие научного менеджмента за рубежом.
3. Ведущие школы менеджмента.
4. История развития государственного менеджмента в ПМР.
5. Менеджмент в сфере культуры советского периода.
6. Роль социальных институтов в развитии культуры.
7. Роль русской православной церкви в развитии культуры.
8. История меценатства на постсоветском пространстве.
9. Приоритетные модели государственной политики в сфере культуры в странах Европы и США.
10. Основные задачи государственной культурной политики в ПМР.
11. Негосударственные организации культуры и их деятельность в постсоветской ПМР.
12. Методы и принципы управления социокультурной сферой.
13. Современные концепции государственного менеджмента в сфере культуры.
15. Рыночные механизмы в поддержании культуры. Особенности социокультурного маркетинга.
16. Культура и бизнес. Производитель и потребитель в сфере культуры.
17. Реклама как социокультурный феномен.
18. Реклама и PR-технологии в социокультурном менеджменте.
19. Менеджмент в аудиовизуальной сфере.
20. Интернет и электронная коммерция в социокультурном менеджменте.
21. Особенности интернет-рекламы.
22. Кино как бизнес. Роль и функции продюсера.
23. Фестивальный менеджмент и его особенности.
24. Театральный менеджмент: история и современность.
25. Управление театрально-зрелищными организациями в ПМР.
26. Особенности музыкального шоу-бизнеса.
27. Индустрия культуры и шоу-бизнес.
28. Театральный бизнес. Особенности актерской антрепризы.
29. Арт-рынок и арт-менеджмент в контексте взаимодействия.
30. Музейный менеджмент.
31. Менеджмент в издательской деятельности.
32. Библиотечный менеджмент и его возможности.
33. Менеджмент в сфере туризма.
34. Государство и бизнес в регуляции культурной деятельности.
35. Медиакультура и медиаменеджмент.
36. Инвестиции в сферу культуру в ПМР.
37. Организационная культура как основа менеджмента.
38. Функции социокультурного менеджмента.
39. Менеджмент персонала. Мотивация деятельности.
40. Коммуникации в управлении сферой культуры.
41. Корпоративная культура в контексте развития современного менеджмента.
42. Социально-психологические методы управления в практике современного менеджмента.
43. Правовые основы социокультурной деятельности.
44. Основные формы делового общения.

45. Современные требования к личности менеджера.
46. PR-технологии как фактор формирования имиджа фирмы.
47. Стили руководства в современном менеджменте.
48. Имидж современного руководителя.
50. Общие модели имиджевой коммуникации.
51. Имидж и PR-технологии в системе менеджмента.
52. Имидж и политическая мифология.
53. Финансовый рынок и социокультурный менеджмент.
54. Фандрайзинг в системе менеджмента культуры.

6. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков студентов в сочетании с внеаудиторной работой в учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры, психологические и социологические тесты, тренинги, социологические опросы, создание презентаций и обзорных рефератов.

Подготовка и участие в работе коллоквиумов, создание ридеров по заданной тематике. Проведение мастер-классов с участием экспертов и специалистов в данной области. Самостоятельная работа студентов предполагает изучение учебной, научной литературы, Интернет-ресурсов для подготовки к практическим занятиям, выполнению заданий преподавателя, тестированию, итоговому испытанию.

При оценке уровня подготовки студентов применяется балльно-рейтинговая система.

В качестве форм промежуточного и итогового контроля используются:

- подготовка открытых ответов на сформулированные преподавателем теоретические вопросы;
- тестирование;
- написание самостоятельных работ;
- написание контрольных работ;
- выступление с рефератами;
- итоговое испытание.

Теоретические вопросы соответствуют тематике практических занятий. Студенту дается возможность подготовить ответ как в устной, так и в письменной форме. Выполнение данного задания позволяет оценить умение студента обобщать и анализировать источники, научную литературу.

С помощью тестирования можно проверить следующие элементы подготовки студентов по логике: знание истории социологии, имен, терминов; объяснение причинно-следственных связей. Задания группируются по темам и типам, объединяются в несколько вариантов.

Выполнение контрольной работы предполагает умение студента обобщать и систематизировать материал.

Итоговое испытание является аналогом экзамена. Оценка за итоговое испытание составляет часть общей оценки за работу в течение семестра.

7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации освоения дисциплин и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

7.1. Вопросы и задания для самоподготовки:

Вопросы и задания к разделу I.

1. Проблемы определения приоритетов поддержки развития социокультурной сферы.
7. «Англо-американская» модель управления социокультурной сферой.
8. «Романская» модель управления социокультурной сферой.
9. «Германская» модель управления социокультурной сферой.
10. Особенности «советской» и «постсоветской» моделей.
11. Изучить периодическую печать по вопросам менеджмента. Представить список специализированных журналов по вопросам управления социокультурной сферой и анализ трех статей.
12. Типы организаций культуры по характеру взаимодействия подразделений.
13. Анализ организационной структуры учреждений социокультурной сферы. А) представить организационную структуру одного из учреждений социокультурной сферы Рыбницы (библиотека, музей, дом культуры, спортивный, досуговый центр, туристическое агентство и т.д.); Б) Сформулировать систему целей, решаемых руководством и отделами социокультурных учреждений.

Вопросы и задания к разделу II.

1. Особенности маркетинга в сфере культуры
2. Маркетинговый комплекс и его составляющие.
3. Целевые направления маркетинга в сфере культуры.
4. Продвижение продукта социально-культурной сферы.
5. Разработка программы маркетинговых исследований.
6. Понятие бренд-менеджмента.
7. Стадии разработки бренда организации культуры.
8. Основные типы брендов в сфере культуры.
9. Дайте характеристику брендинга на примере организации или учреждения культуры.
10. Приведите примеры использования технологий менеджмента и маркетинга в деятельности зарубежных и отечественных музеев.
11. Понятие информации в организации.
12. Интернет технологии в современных организациях и учреждениях культуры.
13. Адресное распределение информации.
14. Роль информационных технологий в менеджменте в социокультурной сфере.
15. Коммуникационный менеджмент. Виды информации.
16. Логико-семантический подход к информации.
17. Классификация информации Р. Акоффа и Ф. Эмери.
18. Характеристики управленческой информации.
19. Требования к информационным системам управления.

Вопросы и задания к разделу III:

1. Система работы с персоналом.
2. Управление сопротивлением.
3. Стимулирование и мотивация.
4. Культура менеджмента и организационная культура фирмы.
5. Понятие власти, как центрального звена системы управления.
6. Виды власти: референтная (власть примера), информационная, экспертная, власть наказания, законная власть.
7. Формальные и неформальные группы в организации.
8. Причины появления неформальных групп. Общие характеристики.

9. Требования к расстановки кадров.
10. Постиндустриальная экономика и модели творческих индустрий.
11. Социология творческих индустрий. Творческий класс.
12. Творческие индустрии и развитие городов.
13. Междисциплинарные исследовательские практики: картирование территорий.
14. Предприятия творческих индустрий и творческие кластеры.
15. Креативные индустрии и массовая культура.
16. Формы государственной поддержки креативных индустрий.

7.2. Тесты для промежуточного контроля знаний студентов.

1. Какими чертами характера должен обладать такой архетип управляющего как «администратор»?

1. быть общительным и уметь вдохновлять людей на максимальную самоотдачу
2. иметь аналитический склад ума
3. быть предельно объективным и полагаться на факты и логику
4. методичность в работе, прогнозирование будущего

2. Основные функции управления

1. планирование, контроль
2. информация, прогнозирование, планирование, организация, мотивация, контроль
3. организация, мотивация
4. организация, мотивация, контроль

3. Целью планирования деятельности организации является

1. обоснование затрат
2. обоснование сроков
3. определение целей, сил и средств
4. обоснование численности работников

4. Что относится к категории «внутреннего вознаграждения»?

1. зарплата
2. карьерный рост
3. сама работа
4. признание товарищей по работе

5. Основным правилом при определении уровня зарплаты является:

1. определенный законом минимальный уровень
2. определенная штатным расписанием ставка
3. уровень оплаты в фирмах конкурентах
4. абсолютно точное и объектное определение характера вложенного труда и исследующая всесторонняя и беспристрастная его оценка

6. Для чего осуществляется делегирование своих полномочий другим руководителям?

1. для оптимального решения комплексной задачи
2. для сохранения «группового» стиля работы
3. для проверки квалификации рабочих
4. все перечисленное

7. Что означает «принять решение»?

1. перебрать все возможные альтернативы
2. перебрать несколько альтернатив, дающих наиболее эффективные возможности решения проблемы
3. отдать распоряжение о выборе возможной альтернативы

4. отдать распоряжение к реализации конкретного плана

8. Какой из подходов не относится к известным школам в управлении?

1. научное управление
2. административное управление
3. новая экономическая политика
4. человеческие отношения

9. Ключевым фактором в любой модели управления являются:

1. люди
2. средства производства
3. финансы
4. структура управления

10. Внешняя среда прямого воздействия на организацию - это:

1. акционеры, конкуренты, поставщики
2. потребители, торговые предприятия, местные органы
3. все перечисленное
4. правительственные органы, местные органы, профсоюзы

11. «Отцом научного управления» часто называют:

1. А. Файоля - он опубликовал книгу «Общее и промышленное управление», где сформулированы принципы управления, в том числе разделение труда и единство командования
2. Ф. Тейлора - он пытался обосновать дневную норму рабочего методами хронометража и наблюдения за рабочим циклом

12. Организация - это

1. группа людей, объединенная общей целью
2. группа людей, владеющая средствами производства
3. группа людей, деятельность которых координируется
4. группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели

13. К социально-культурной сфере относятся

1. медицина
2. транспорт
3. культура
4. образование
5. все перечисленное
6. связь

14. Управление есть -

1. воздействие с целью оказания давления
2. целенаправленное воздействие субъекта управления на объект упр-ния
3. целенаправленное воздействие объекта управления на субъект упр-ния

15. Менеджмент это -

1. искусство
2. наука
3. особый вид деятельности
4. все перечисленные

Ключ к тестам

№	правильный	№	правильный	№	правильный
---	------------	---	------------	---	------------

вопроса	ответ	вопроса	ответ	вопроса	ответ
1	3	6	1	11	2
2	2	7	4	12	4
3	3	8	3	13	5
4	3	9	1	14	2
5	4	10	3	15	4

7.3. Вопросы для подготовки к экзамену

1. Общее понятие менеджмента культуры.
2. Основные периоды развития теории и практики управления.
3. Основные школы менеджмента.
4. Развитие менеджмента в ПМР.
5. Роль социальных институтов в развитии культуры.
6. Отечественный опыт управления социокультурной сферой.
7. Европейская культурная политика.
8. Государственное регулирование в сфере культуры.
9. Государственная культурная политика, ее задачи и структура.
10. Правовые основы социокультурной деятельности.
11. Органы управления сферой культуры в ПМР.
12. Источники финансирования культуры.
13. Рыночные механизмы в поддержании культуры.
14. Взаимодействие государства и бизнеса в регуляции культурной деятельности.
15. Инвестиционные проекты в социокультурной сфере.
16. Комплекс маркетинга в системе менеджмента.
17. Стратегия маркетинга в социокультурной сфере.
18. Реклама в системе маркетинга. Функции рекламы.
19. Особенности интернет-маркетинга и электронной коммерции.
20. Роль менеджера в управлении и организации маркетинга.
21. Особенности стратегического управления.
22. Общее представление об организационной (корпоративной) культуре менеджмента.
23. Факторы, влияющие на организационную культуру менеджмента.
24. Менеджмент персонала. Система управления персоналом.
25. Современные концепции социально-культурного менеджмента.
26. Основные функции менеджмента культуры.
27. Общие принципы управления социокультурной сфере.
28. Частные принципы управления социокультурной сфере.
29. Принципы демократизации управления.
30. Классификация методов менеджмента социокультурнойсфере.
31. Принципы планирования. Общее представление о бизнесплане.
32. Организационно-административные методы управления.
33. Экономические методы управления в практике менеджмента.
34. Социально-психологические методы управления в современной практике менеджмента.
35. Самоуправление как форма демократизации системы менеджмента.
36. Культура делового общения в работе менеджера.
37. Формы и организация делового общения.
38. Организация проведения деловых совещаний.
39. Составные элементы технологии делового общения.
40. Современные требования к менеджеру в социокультурной сфере.

41. Характеристика стилей руководства в системе управления.
42. Особенности медиаменеджмента.
43. Продюсерство в аудиовизуальной сфере.
44. Менеджмент музыкального шоу-бизнеса.
45. Особенности фестивального менеджмента.
46. Менеджмент туризма как социально-культурной сферы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Виноградова З. И., Щербакова В. Е. Стратегический менеджмент / З. И. Виноградова, В. Е. Щербакова. М.: Академический проект, 2004.
2. Виханский О. С., Наумов А. М. Менеджмент. – 4-е изд-е /О. С. Виханский, А. М. Наумов М.: Экономистъ, 2006.
3. Головкин Б. Информационный менеджмент массовой коммуникации / Б. Головкин. М.: Академический проект, 2005.
4. Гулиев Н. А., Смагулов Б. К. Стандартизации и сертификация социокультурных и туристических услуг. / Н. А. Гулиев, Б. К. Смагулов. М.: Изд-во ФЛИНТА, 2011.
5. Кириллова Н. Б. Менеджмент в социокультурной сфере /Н. Б. Кириллова. Екатеринбург: УрФУ, 2011.

Дополнительная литература:

1. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / А. И. Агеев. М., 1991.
2. Алехина И. Имидж и этикет делового человека / И. Алехина. М., 2001.
3. Байда Е. Основы менеджмента / Е. Байда. Екатеринбург, 1998.
4. Берд П. Продай себя. Тактика совершенствования Вашего имиджа / П. Берд. Минск, 1997.
5. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. СПб., 1996.
6. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер. М., 2003.
7. Веснин В. Основы менеджмента / В. Веснин. М., 1997.
8. Ерасов Б. Е. Социальная культурология / Б. Е. Ерасов. М., 1997.
9. Зверинцев А. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера ПР / А. Зверинцев. СПб., 1997. История менеджмента. М., 1997.
10. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента / Н. И. Кабушкин. Минск, 2000.
11. Карнеги Д. Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей (любое издание).
12. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс. М., 2000.
13. Кезин А. В. Менеджмент: методологическая культура / А. В. Кезин. М., 2001.
14. Кириллова Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика / Н. Б. Кириллова. М.: Академический проект, 2008.
15. Кириллова Н. Б. Медиасреда российской модернизации / Н. Б. Кириллова. М.: Академический проект, 2005.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. М., 1990.
17. Красовицкая Т. Ю. Власть и культура: исторический опыт организации государственного руководства / Т. Ю. Красовицкая. М., 1992.
18. Ладанов И. Д. Практический менеджмент / И. Д. Ладанов. М., 1995.
19. Лафта Дж. Эффективность менеджмента организаций / Дж. Лафта. М., 1999.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля):

Материально-техническое обеспечение дисциплины представлено аудиториями для проведения лекционных занятий, обеспеченных техническими средствами обучения (компьютеры, проектор, сканер).

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

В преподавании основ менеджмента социально-культурной деятельности используются следующие формы:

- лекции;
- семинары, на которых обсуждаются вопросы лекций и домашних заданий, доклады, устные реферирование предложенной преподавателем литературы; проводятся дискуссии, ролевые игры, контрольные работы, тестирование.
- самостоятельная работа студентов, включающая усвоение теоретического материала, подготовка к семинарам, выполнение творческих заданий, написание рефератов, тезисов, статей, работа с электронным учебно-методическим комплексом, подготовка к текущему контролю знаний к промежуточным аттестациям, к экзамену;
- тестирование по отдельным темам дисциплины, по модулям программы;
- НИРС, включающая занятия студентов в студенческом научном обществе, участие в конференциях, олимпиадах;
- консультирование студентов по вопросам учебного материала, написания тезисов, статей, эссе, докладов на конференции.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости включают в себя вопросы к семинарским занятиям, тесты по отдельным темам и модулям программы в связи с промежуточными аттестациями, контрольные вопросы к экзамену.

Разнообразные оценочные средства направлены на выявление качества усвоенных знаний, степени сформированности последовательного, доказательного критического мышления и рефлексии, умений оперирования понятийным составом данной дисциплины.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

Курс II

Семестр IV

Группа РФ18ДР62СКД

Преподаватель, лектор – ст. преп. Гайдей Е.А.

Преподаватель, ведущий практические занятия - ст. преп. Гайдей Е.А.

Кафедра общенаучных дисциплин

Наименование дисциплины	Уровень образования (бакалавриат, специалитет, магистратура)	Статус дисциплины в учебном плане	Количество ЗЕ	
Основы менеджмента СКД	Бакалавриат	Б	4	
СМЕЖНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ:				
Экономика				
БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ (проверка знаний и умений по дисциплине)				
Тема, задание или мероприятие текущего контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или внеаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Практическая работа №1	ПР1	аудиторная (внеаудиторная)	5	10

Практическая работа №2	ПР2	аудиторная (внеаудиторная)	5	10
Практическая работа №3	ПР3	аудиторная (внеаудиторная)	5	10
Практическая работа №4	ПР4	аудиторная (внеаудиторная)	5	10
Итоговый тест	Т	аудиторная	5	10
Контрольная работа	КР	внеаудиторная	10	20
Реферат	Р	аудиторная (внеаудиторная)	5	10
ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ	ЭКЗАМЕН	аудиторная	10	20
Итого			50	100
Бонусные баллы:				
-за посещаемость			10	
-за внеаудиторную С.Р.			20	
Итого			30	
Штрафные баллы:				
- за несвоевременное выполнение элементов контроля			5	
- некачественное выполнение элементов контроля			5	

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 8.51.03.03 «Социально-культурная деятельность», утвержденного приказом министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 г, № 995.

Составитель Гайдей Е.А. / Гайдей Е.А./ ст. преп.

Зав. кафедрой общенаучных дисциплин Саввина Л.И. / Саввина Л.И./доцент

Согласовано:

1. Директор Рыбницкого филиала
ПГУ им. Т.Г.Шевченко



Павлинов И.А. /Павлинов И.А./ профессор