

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ»

Кафедра Экономики и управления

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПЛАНИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В**  
**УЧРЕЖДЕНИЯХ СКС**

Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования программы бакалавриата  
по направлению подготовки

**51.03.03 «Социально-культурная деятельность»**

Профиль подготовки «**Менеджмент социально-культурной деятельности**»

Квалификация:

**Бакалавр**

Согласовано:  
Руководитель ОПОП по  
направлению 51.03.03 –  
«Социально-культурная  
деятельность»  
Профиль «Менеджмент социально-  
культурной деятельности»  
\_\_\_\_\_ Бирженюк Г.М.

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
«26» августа 2019 г., протокол №1

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.Г.Хольнова

Рекомендована решением  
Методического совета  
«20» сентября 2019 г., протокол № 2

Секретарь МС \_\_\_\_\_ А.М. Волкова  
Автор-разработчик:  
доцент \_\_\_\_\_ Е.Я. Морозова

Санкт-Петербург

## СТРУКТУРА

1. Цель и задачи освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Требования к результатам освоения дисциплины
4. Тематический план изучения дисциплины
5. Содержание разделов и тем дисциплины
6. План практических (семинарских) занятий
7. Образовательные технологии
8. План самостоятельной работы студентов
9. Контроль знаний по дисциплине
10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

### **Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов
2. Методические рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям
3. Методические рекомендации по написанию контрольных работ
4. Методические рекомендации по написанию курсовой работы

### **Оценочные и методические материалы**

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций
3. Типовые контрольные задания и методические материалы, процедуры оценивания знаний, умений и навыков

### **Глоссарий**

### **Методические рекомендации для преподавателя по дисциплине**

### 1. Цели и задачи освоения дисциплины:

**Цель** изучения дисциплины - овладение студентами теоретическими основами планирования коммерческой деятельности предприятий и организаций социально-культурной сферы, практическими навыками финансового и бизнес планирования коммерческих и некоммерческих организаций СКС.

К числу наиболее важных **задач**, связанных с освоением дисциплины «Планирование коммерческой деятельности в учреждениях СКС», следует отнести формирование у студентов умений и навыков работы с нормативными документами, экономической литературой, информационными ресурсами Internet, усвоение студентами специальной экономической терминологии в области бизнес-планирование, развитие экономического мышления.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	Разделы (темы) дисциплины					
		1	2	3	4	5	6
1.	Ресурсная база социально-культурной деятельности			+			
2.	Основы социально-культурного проектирования	+				+	+
3.	Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере	+			+		
4.	Арт-менеджмент	+	+		+		+

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций с установленными к ним индикаторами:

#### Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-9. Способен осуществлять финансово-экономическую и хозяйственную деятельность учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации	ПК-9.1. <i>Знать:</i> организационно-экономическую структуру социально-культурной сферы; характер и специфику производства и реализации продуктов и услуг; источники формирования финансовых ресурсов культурно-досуговых организаций, механизмы финансового планирования и ценообразования; основы бизнес-планирования
	ПК-9.2. <i>Уметь:</i> идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с типологиями экономических благ; выявлять специальные ресурсы СКС (материальные, природные), выявлять внутренние и внешние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций СКС; использовать ценовую дифференциацию и дискриминацию для различных видов организаций социально-культурной сферы, планировать доходы, расходы и ожидаемый чистый доход от зрелищных видов деятельности, разрабатывать сметы проведения отдельных массовых мероприятий; собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность предприятий и организаций СКС

	ПК-1.9. Владеть: специальной экономической терминологией; навыками отдельных экономических расчетов в области планирования финансово-хозяйственной деятельности учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации
--	--

#### 4. Тематический план изучения дисциплины

См приложение

#### 5. Тематическое содержание дисциплины

##### **Тема 1. Значение, состав и структура социально-культурной сферы**

Роль и значение социокультурной сферы в удовлетворении культурных и социальных потребностей различных групп населения.

. Государственный, неприбыльный и коммерческий сектора социокультурной сферы. Классификатор экономических видов деятельности организаций социокультурной сферы. Сфера материального производства и сфера оказания услуг.

Коммерческие и некоммерческие организации социокультурной сферы: сходство и различия экономических процессов.

##### **Тема 2. Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации**

Характер и особенности продукта творческого, интеллектуального труда. Материальный продукт в социально-культурной сфере, понятие и основные признаки. Производственные и информационные средства социально-культурной деятельности, предметы культуры.

Понятие и признаки услуги как продукта, специфика ее производства и реализации. Материальные и нематериальные, основные и дополнительные услуги организаций СКС.

Вторичный продукт в социокультурной сфере, его функции и экономическое значение. Вторичные рынки реализации творческо-интеллектуальных услуг.

##### **Тема 3. Финансовые ресурсы организаций социально-культурной сферы и источники их формирования**

Федеральные целевые программы и социальные инвестиции в социально-культурную сферу. Корпоративная и частная благотворительность как источник негосударственной поддержки учреждений социально-культурной сферы. Эндаумент – фонды и их значение для финансирования сферы культуры и искусства.

Платные услуги и предпринимательская деятельность как источники формирования собственных доходов коммерческих и некоммерческих организаций

##### **Тема 4. Особенности ценообразования в социально-культурной сфере**

Социально-экономические факторы, влияющие на платность и уровень цен в социокультурной сфере. Методы ценообразования на социально-культурные услуги: механизм формирования коммерческих и самокупаемых цен, механизм и условия предоставления услуг по льготным ценам.

Особенности применения для привлечения потребителей ценовой дифференциации и ценовой дискриминации.

##### **Тема 5. Особенности финансового планирования зрелищных видов деятельности**

Краткосрочный характер финансового планирования работы организаций социально-культурной сферы. Многоуровневый характер финансового планирования в СКС. Цели, задачи и технология формирования финансовых планов организаций с различными типами хозяйственной деятельности. Планирование доходов и расходов организаций с фиксированными и индивидуально устанавливаемыми ценами на услуги.

Механизм обеспечения самокупаемости и рентабельности услуг в СКС. Виды договорных отношений владельцев сценических площадок с театральными и концертными

коллективами. Планирование доходов и расходов зрелищных видов социокультурной деятельности (кино - показ, спектакли, шоу-программы).

Методики разработки финансовых планов разовых массовых мероприятий (праздники, презентации, гастролы и пр.).

### Тема 6. Основы разработки бизнес плана

Значение бизнес планирования в условиях формирования собственных доходов коммерческих и некоммерческих организаций. Основные этапы бизнес - планирования. Основные разделы бизнес плана и методика их разработки. Особенности исследования рынков социально-культурных услуг.

### 6. План практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование темы	Наименование и содержание практических (семинарских) занятий, литература для подготовки к занятиям	Формируемые компетенции	Формы контроля усвоения знаний
1.	Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	<p>Тема: <b>Социально-культурная сфера как объект экономических исследований</b></p> <p><i>Цель:</i> познакомить студентов с современными взглядами на состав и структуру сферы.</p> <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль и значение социально-культурной сферы в удовлетворении духовных потребностей различных групп населения.</li> <li>2. Признаки классификации организаций социально-культурной сферы и их роль в определении ее структуры.</li> <li>3. Государственный, неприбыльный и коммерческий секторы социально-культурной сферы.</li> <li>4. Классификатор экономических видов деятельности в социально-культурной сфере.</li> <li>5. Сфера материального производства и сфера социально-культурных услуг.</li> <li>6. Современные тенденции формирования состава и структур социально-культурной сферы.</li> </ol> <p><i>Литература:</i> 3, 12</p>	ПК-9	Опрос, дискуссия, эссе, тест
2	Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	<p>Тема: <b>Современные подходы к типологии продуктов организаций социально-культурной сферы</b></p> <p><i>Цель:</i> закрепить и расширить знания студентов, полученные в ходе лекций и работы с литературными источниками, относительно разнообразия продуктов и услуг, предоставляемых организациями социокультурной сферы.</p> <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Материальный и нематериальный результат деятельности организаций</li> <li>2. Услуга как специфический продукт, ее особенности и характеристики.</li> <li>3. Коммерческий и некоммерческий продукт.</li> <li>4. Основные и дополнительные услуги, принципы различия.</li> <li>5. Специфика производства и реализации услуги как продукта</li> </ol>	ПК-9	Опрос, доклады (сообщения) дискуссия, тест

		6.Вторичный продукт и вторичные рынки в культуре <i>Литература:</i> 3		
3	Финансовые ресурсы организаций социально-культурной сферы и источники их формирования	Тема: <b>Внешние и внутренние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций социокультурной сферы</b> <i>Цель:</i> закрепить и углубить знания студентов в области механизма финансирования организаций СКС сферы из бюджетных и внебюджетных источников. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1.Финансовая политика государства в социальной сфере. 2.Бюджетный дефицит и проблемы финансирования государственных и муниципальных учреждений. 3. Федеральные целевые программы и фонды социального страхования и обеспечения как важные источники финансирования социальной работы 4.Развитие платных услуг и предпринимательской деятельности некоммерческих организаций как способ формирования их собственных доходов. 5.Проблемы развития благотворительности и коммерческого инвестирования в социальную сферу. <i>Литература:</i> 6,9,10,12	ПК-9	Опрос, эссе, круглый стол тест зачет
4	Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	Тема: <b>Специфика ценообразования в СКС</b> <i>Цель:</i> закрепить теоретические знания студентов, полученные в ходе лекций и самостоятельной подготовки, относительно особенностей ценообразования на услуги организаций социокультурной сферы. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1.Механизм формирования коммерческих цен на услуги организаций социально-культурной сферы. Факторы, влияющие на норму прибыли, закладываемую в цену коммерческого продукта. 2. Механизм формирования самокупаемых и льготных цен на услуги организаций социально-культурной сферы. Социально-экономические условия предоставления услуг по льготным и символическим ценам 3. Ценовая дифференциация и дискриминация в социально-культурной сфере и ее виды. <i>Литература:</i> 3, 7	ПК-9	Опрос, доклады (сообщения) решение ситуационных задач
5	Особенности финансового планирования зрелищных видов деятельности	Тема: <b>Особенности финансового планирования деятельности коммерческих организаций</b> <i>Цель:</i> закрепить теоретические знания и сформировать практические умения студентов в области разработки различных видов финансовых планов организаций социокультурной сферы. <i>Вопросы для обсуждения:</i>	ПК-9	Опрос, доклады (сообщения) решение ситуационных задач

		<p>1. Сущность и цели финансового планирования.</p> <p>2. Виды финансовых планов.</p> <p>3. Структура финансовых планов и методика их составления.</p> <p>4. Планирование доходов и расходов при оказании платных социокультурных услуг населению.</p> <p><i>Литература:</i> 1,2,6,11,12</p>		
6.	Основы разработки бизнес – плана	<p><b>Тема: Методика разработки бизнес-плана</b></p> <p>Цель: закрепить теоретические знания и сформировать практические умения студентов в области бизнес планирования предпринимательской деятельности учреждений СКС.</p> <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <p>1. Характеристика организации и имеющихся услуг</p> <p>2. Правовое обеспечение реализации бизнес-плана</p> <p>3. Маркетинговый план (исследование потенциального рынка сбыта услуги)</p> <p>4. Производственный план</p> <p>5. Финансовый план</p> <p><i>Литература:</i> 1,2,4</p>	ПК-9	Выполнение практического задания

### 7. Образовательные технологии

#### Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий

При проведении учебных занятий по дисциплине для успешного освоения применяются различные образовательные технологии, которые обеспечивают развитие навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

Методы / Формы	Лекции (Л)	Семинарские занятия (С)
Диалого - дискуссионное обсуждение проблем	+	+
Работа в команде (деловая игра)		+
Кейс		+
Решение ситуационных задач		+
Круглый стол (с элементами дискуссии)		+
Поисковый метод (поиск материалов для написания рефератов и эссе, подготовки докладов и сообщений, сбор материалов для выполнения практических заданий)		+

### 8. План самостоятельной работы студентов

№ п/п	Содержание самостоятельной работы студентов	Формируемые компетенции	Форма отчетности студента
1	Изучение литературы и информационных ресурсов	ПК-9	Дискуссия, подготовка докладов и сообщений,

	интернета по теме.		Написание эссе, рефератов
3	Подготовка к ответам на контрольные вопросы семинара	ПК-9	Опрос, дискуссия
4	Написание эссе	ПК-9	Текст, обсуждение
5	Подготовка докладов (сообщений), презентаций	ПК-9	Тесты, выступления, презентация материала
6	Работа над решением и оформлением самостоятельных заданий, кейсов	ПК-9	Текст выполненного задания, решения кейса
7	Подготовка реферата	ПК-9	Текст реферата
8	Подготовка к решению задач и выполнению практических заданий	ПК-9	Решенные задачи
9	Тестирование	ПК-9	Текущая аттестация по темам

### 9. Контроль знаний по дисциплине

По дисциплине предусмотрено: текущий контроль и промежуточная аттестация.

*Текущий контроль* успеваемости студента – одна из составляющих оценки качества усвоения образовательных программ. Текущий контроль проводится в течение семестра (опросы, практические задания и т.п.).

*Промежуточная аттестация* проводится по окончании изучения дисциплины в виде **экзамена**. Вопросы к промежуточной аттестации сформулированы в **Оценочных и методических материалах**

### 10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

#### а) основная литература:

1. Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации: учебное пособие / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. — Москва: КноРус, 2020. — 200 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/932128> (дата обращения: 04.02.2022).
2. Социально-культурная сфера в XXI веке: тенденции, проблемы, перспективы: [коллективная монография] / ред. Е. Я. Морозова. - СПб: [Инфо-Да], 2017.-373 с. - Библиогр. в конце глав. -ISBN 978-5-94652-541-1: Б.ц.

#### б) дополнительная литература:

3. Безденежных, М.М. Экономика общественного сектора: учебное пособие / М.М. Безденежных, Н.Б. Севастьянова. — Москва: КноРус, 2022. — 205 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/943077> (дата обращения: 04.02.2022).
4. Каменец, А.В. Экономика социокультурной сферы: монография / А.В. Каменец. — Москва: КноРус, 2020. — 230 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/933020> (дата обращения: 04.02.2022).
5. Круглова, Н.Ю., Экономика социально-культурной сферы: актуальные вопросы: сборник статей / Н.Ю. Круглова. — Москва: Русайнс, 2021. — 227 с. — ISBN 978-5-4365-6363-3. — URL:<https://old.book.ru/book/938954> (дата обращения: 02.04.2022). — Текст: электронный.
6. Финансовое планирование в организациях: учебник / С.В. Большаков, И.В. Булава, А.В. Войко [и др.]; под ред. Л.Г. Паштовой. — Москва: КноРус, 2019. — 274 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/930018> (дата обращения: 04.02.2022).
7. Вайс, Е.С. Планирование на предприятии: учебное пособие / Е.С. Вайс, В.М. Васильцова, Т.А. Вайс, В.С. Васильцов. — М.: КноРус, 2016. — Режим доступа: <http://www.book.ru/book/920696>



**в) периодические издания открытого доступа**

1. Вопросы экономики: теоретический и научно-практический журнал. – Архив номеров. - ISSN 0042-8736. – Режим доступа: <http://www.vopreco.ru>
2. Проблемы современной экономики: международный научно-аналитический журнал. - ISSN 1818-3409. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru>
3. Журнал «Консультант. Бизнес планирование. Лучшие примеры»<https://www.alt-invest.ru>

**г) лицензионное программное обеспечение**

1. Семейство программ Microsoft Office Standart Russian ( Включает набор продуктов: Word, Excel, PowerPoint, Publisher, Outlook);
2. Mirapolis Virtual Room;
3. КонсультантПлюс

Обеспечено доступом к сети «Интернет» и электронной информационно-образовательной среде СПбГУП.

**д) современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный сайт СПбГУП: <http://www.gup.ru>
2. Электронно-библиотечная система СПбГУП <http://library.gup.ru>
3. Системы поддержки самостоятельной работы СПбГУП: <http://edu.gup.ru>
4. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (версия ПРОФ), установленная в Университете
5. Российское образование <http://www.edu.ru>
6. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>
7. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - [www.urait.ru](http://www.urait.ru)
8. Электронно-библиотечная система «Лань» - [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)
9. Электронно-библиотечная система «Айбукс» - [www.ibooks.ru](http://www.ibooks.ru)
10. Электронно-библиотечная система «BOOK» - [www.book.ru](http://www.book.ru)
11. Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - [www.iprbooks.ru](http://www.iprbooks.ru)

***11. Материально-техническое обеспечение дисциплины***

Аудиторный фонд с демонстрационным оборудованием и техническими средствами обучения (компьютер преподавателя, камера, проектор, наушники с гарнитурой, микрофон, экран), учебно-наглядные пособия и методические ресурсы кафедры, фонды Научной библиотеки.

Изучение дисциплины инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся.

## **Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### ***1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов***

Важнейшим методическим приемом в учебном процессе является самостоятельная работа студента. В современных условиях дидактическое значение самостоятельной подготовки неизмеримо возрастает, а ее цели состоят в том, чтобы:

- повысить ответственность самих обучаемых за свою профессиональную подготовку, сформировать в себе личностные и профессионально-деловые качества;
- научить студентов самостоятельно приобретать знания, формировать навыки и умения, необходимые для экономической деятельности;
- развивать в себе самостоятельность в организации, планировании и выполнении заданий, определяемых учебным планом и указаниями преподавателя.

Достигнуть этих целей в ходе самостоятельной работы при изучении дисциплины возможно только при хорошей личной организации своего учебного труда, умении использовать все резервы имеющегося времени и подчинить их профессиональной подготовке.

Самостоятельная работа в процессе изучения дисциплины «Планирование коммерческой деятельности» включает в себя:

- изучение обязательной литературы в соответствии с программой дисциплины;
- ознакомление с литературой, рекомендованной в качестве дополнительной;
- изучение и осмысление специальной экономической терминологии и понятий;
- сбор материала для написания эссе, рефератов (для студентов, имеющих пропуски аудиторных занятий), выполнения самостоятельных и практических заданий;
- подготовка докладов, сообщений, электронных презентаций;

Основными компонентами содержания данного вида работы являются:

- творческое изучение учебной и научной литературы;
- участие в различных формах учебного процесса (лекции, опрос, дискуссии, деловые игры, круглые столы, выполнение аудиторных практических заданий, выполнение самостоятельных работ, тестирование и само тестирование и т. д.);
- получение консультаций у преподавателя по отдельным проблемам курса и в процессе написания курсовой работы.

### ***2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям***

*Семинарские и практические занятия* — важная форма учебного процесса. Они способствуют закреплению и углублению знаний, полученных студентами на лекциях и в результате самостоятельной работы над научной и учебной литературой и нормативными источниками. Они призваны развивать самостоятельность мышления, умение делать выводы, связывать теоретические положения с практикой, формировать профессиональное правовое сознание будущих юристов-практиков. На занятиях вырабатываются необходимые каждому юристу навыки и умения публично выступать, логика доказывания, культура профессиональной речи. Кроме того, семинары — это средство контроля преподавателей за самостоятельной работой студентов, они непосредственно влияют на уровень подготовки к итоговым формам отчетности — зачетам и экзаменам.

#### **Тема 1. Значение, состав и структура социально-культурной сферы**

*Задание к семинару:* прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы, знать специальную терминологию по теме, подготовиться к написанию эссе, опросу и выполнению тестового задания.

*Актуальность* данной темы заключается в отсутствии единого взгляда экономистов на состав и структуру данной сферы. Одни авторы определяют социальную сферу как совокупность предприятий, выпускающих продукт, связанный с жизнедеятельностью людей (в этом случае к социокультурной сфере относятся многие отрасли экономики, в том числе и автомобилестроение, производство бытовой техники и т.п.).

Другие включают в состав социокультурной сферы совокупность организаций, выполняющих только культурные функции, имеющие значение для культурного уровня всего общества. В этом случае в нее попадает весьма узкий перечень предприятий – театры, музеи, библиотеки.

Именно поэтому данная тема предполагает осмысление как теоретических аспектов формирования состава социокультурной сферы, так и сравнительный анализ различных взглядов. Особое внимание следует уделить существующим формам собственности и типам хозяйствования организаций социокультурной сферы

*Контрольные вопросы по теме:*

1. Какие экономические виды деятельности мы относим к социально-культурным, почему?
2. Насколько оправданно деление социокультурной сферы на государственный, коммерческий и неприбыльный секторы, какими видами предприятий они представлены (использовать признаки: форма собственности и способ хозяйствования).
3. Может ли коммерческое предприятие быть отнесенным к государственному сектору социокультурной сферы?
4. Какие формы собственности организаций преобладают в системах социального обеспечения, образования, культуры и искусства?
5. Какие направления деятельности в социально-культурной сфере представлены полностью частными коммерческими организациями?
6. Какие направления социальной деятельности представлены, в основном, некоммерческими организациями со смешанным типом хозяйственной деятельности.

## **Тема 2. Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации**

*Задание:* прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы, знать специальную терминологию по теме, подготовить текст сообщения (доклада), подготовиться к опросу и выполнению тестового задания.

При подготовке к семинару необходимо помнить, что, несмотря на сложившуюся точку зрения о том, что социально-культурная сфера – это сфера услуг, результат деятельности ее предприятий и организаций социальной сферы может иметь не только нематериальную, но и вещественную форму. Поэтому при подготовке к семинару особое внимание следует обратить на отличительные свойства материального продукта и нематериального продукта (услуги), классификации материальных продуктов и услуг социокультурной сферы по различным признакам.

*Контрольные вопросы по теме:*

1. Что общего и в чем отличие материального продукта от материальной услуги?
2. Что такое предмет-посредник, от чего зависит степень его востребованность потребителями, какие предметы-посредники имеются у вас дома?
3. Может ли один и тот же продукт в зависимости от выполняемых функций являться одновременно и средством и предметом социальной деятельности? Если да, то, при каких условиях? (приведите примеры).
4. Что легче производить и реализовывать: продукт, имеющий вещественную форму и устойчивые потребительские свойства, или продукт, не имеющий ни того, ни другого?
5. Почему организации, оказывающие услуги, имеющие для потребителя возможный материальный (в первую очередь финансовый) результат, относятся к числу наиболее доходных в социокультурной сфере?
6. Определите виды основных и дополнительных услуг в различных видах организаций социокультурной сферы (в театрах, музеях, кинотеатрах, библиотеках, клубах и пр.).

## **Тема 3. Финансовые ресурсы организаций социально-культурной сферы и источники их формирования**

*Задание:* прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы, знать специальную терминологию по теме, подготовить текст сообщения (доклада), подготовиться

к выполнению тестового задания, выполнить самостоятельно задание на одну из тем: «Благотворительные фонды в РФ», «Федеральные целевые программы».

*Актуальность* данной темы заключается в том, что для организаций социальной сферы характерным является множественность источников финансирования (в отличие от сферы материального производства). Кроме того структура финансовых ресурсов и источники их формирования различна для коммерческих и некоммерческих организаций. Особое внимание следует уделить современным тенденциям и проблемам формирования финансовых ресурсов государственных учреждений социальной сферы из различных источников не только в России, но и в развитых европейских странах.

*Рекомендации по выполнению самостоятельного задания «Благотворительные фонды в РФ».* *Содержание задания:* найти в информационных ресурсах Интернета данные о любом благотворительном фонде, действующим на территории Российской Федерации (название, год создания, учредители, направления деятельности, механизм финансирования, основные социально-экономические показатели деятельности) и представить выбранную информацию с собственными комментариями об эффективности деятельности фонда в системе социальной поддержки населения.

*Рекомендации по выполнению самостоятельного задания «Федеральные целевые программы».* *Содержание задания:* найти в Интернете сайт, посвященный Федеральным целевым программам, выбрать любую из них, представить выбранную информацию с собственными комментариями об социальной значимости данной программы для повышения уровня социального обслуживания населения.

*Требования к объему работ и их оформлению:* объем работ не должен превышать 2-3 страниц машинописного текста, они должны быть оформлены в соответствии с имеющимися в ВУЗе рекомендациями по представлению письменных работ (см требования по написанию контрольной работы).

Срок выполнения работы – две недели.

*Контрольные вопросы по теме:*

1. Какие организации социальной сферы финансируются из средств бюджетов различных уровней?
2. Может ли коммерческая организация претендовать на бюджетные ассигнования?
3. Перечислите основные направления расходования средств Государственных внебюджетных фондов социального обеспечения и страхования.
4. В чем сходство и в чем различие механизмов благотворительности и спонсорства?
5. Какие факторы оказывают наибольшее влияние на уровень доходности организаций социально-культурной сферы от оказания платных услуг населению.
6. Какие виды деятельности некоммерческих организаций социально-культурной сферы принято считать предпринимательским?
7. Чем можно объяснить тот факт, что, несмотря на все усилия государства по формированию многоканальной системы финансирования учреждений культуры, искусства, образования, бюджетные ассигнования по-прежнему доминируют в структуре их финансовых ресурсов?
8. Чем можно объяснить тот факт, что из всех возможных видов предпринимательской деятельности (разрешенных законодательно), наибольшее распространение получила сдача помещений в аренду сторонним организациям?

#### **Тема 4. Особенности ценообразования в социально-культурной сфере**

*Задание:* прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы, знать специальную терминологию, подготовиться к опросу и решению ситуационных задач.

*Актуальность* изучения темы определяется необходимостью выявления специфики ценообразования в социальной сфере. Она связана, в первую очередь, с существующими механизмами формирования некоммерческих и самокупаемых цен на социально значимые услуги государственных организаций образования, здравоохранения социального обеспечения и страхования и др., активным применением ценовой дифференциации и дискриминации, а также механизмом включения прибыли в цену единичного коммерческого продукта (в сфере культуры, например).

При подготовке следует вспомнить схемы формирования коммерческой и некоммерческой цены на услуги и уметь их интерпретировать с точки зрения понятий «коммерческая», «самоокупаемая» и «льготная» цена. Следует также повторить сущность и формы ценовой дифференциации и дискриминации.

Целесообразно использовать также сайты Интернета, в которых содержится информация о ценах на конкретные виды социально-культурных услуг на рынке Санкт-Петербурга.

*Контрольные вопросы по теме:*

1. От каких факторов зависит величина прибыли, закладываемая в коммерческую цену на услуги организаций социальной сферы?
2. Чем самоокупаемая цена отличается от льготной цены?
3. При каких экономических условиях организация может предоставлять свои услуги по льготным ценам?
4. По каким признакам ценовая дискриминация отличается от ценовой дифференциации?

### **Тема 5. Особенности финансового планирования зрелищных видов деятельности**

*Задание:* прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы, знать специальную терминологию, подготовиться к опросу и решению ситуационных задач.

Занятие направлено на формирование у студентов практических умений формировать цены, планировать доходы и прибыль организаций социально-культурной сферы от коммерческих видов деятельности:

- определения уровня безубыточности производства и реализации коммерческих услуг;
- определения уровня доходности организации при заключении арендных договоров;
- определения ожидаемого дохода (валового сбора) культурно - массовых мероприятий при фиксированных ценах на билеты;
- формирование цены и определение величины ожидаемого дохода при индивидуальной структуре затрат на услугу.

*Форма проведения занятия:* занятие проводится в форме решения ситуационных задач, условия которых предлагает преподаватель. Каждый студент решает задачи самостоятельно и показывает готовое решение преподавателю. Занятием предусмотрено также возможность публичного решения наиболее сложной, по мнению студентов, задачи у доски с последующим обсуждением.

Для расчета цен на услуги необходимо пользоваться методикой, рассмотренной на предыдущем групповом занятии.

*Контрольные вопросы по теме:*

1. Какие виды организаций планируют свою деятельность с учетом фактора сезонности?
2. Чем постоянные затраты предприятия отличаются от переменных?
3. Какое содержание вкладывается в понятие «точка безубыточности»?
4. Как меняется экономическое содержание понятия «маржа» после прохождения «точки безубыточности»?

### **Тема 6. Основы разработки бизнес – плана**

Особое внимание следует уделить различиям в составлении бизнес плана производства нового продукта (услуги), проникновения уже имеющегося продукта или услуги на новый рынок, бизнес план открытия нового предприятия (организации) СКС.

*Контрольные вопросы по теме (для подготовки к опросу):*

1. Характеристика организации и имеющихся услуг
2. Правовое обеспечение реализации бизнес-плана
3. Маркетинговый план (исследование потенциального рынка сбыта услуги)
4. Производственный план
5. Финансовый план

*Форма проведения практической части занятия:* разработка бизнес-идеи по увеличению собственных доходов частного музея (кейс)

### **3. Методические рекомендации по написанию контрольной работы** (для студентов заочной формы обучения)

Важнейшей формой учебной отчетности студента заочной формы обучения является **контрольная работа**.

Выполнение контрольной работы является промежуточной формой отчетности по изучаемой дисциплине и преследует цель лишь оценить способность студента к самостоятельному поиску источников, формированию содержания и его письменного изложения по указанной проблеме. Это важная составляющая изучения дисциплины, а также эффективная форма контроля знаний. При заочном обучении она выступает как обязательная, основная форма самостоятельной работы. В курсовой работе (в соответствии с учебным планом) студент обязан самостоятельно глубоко разобраться в изучаемых проблемах, усвоить суть темы, уяснить ее содержание и только затем письменно представить свою отчетную работу.

Выполнение контрольной работы является одним из условий допуска студента к сдаче экзамена. Работа должна соответствовать установленным требованиям, то есть в ней должны быть раскрыты все проблемы, определенные темой. Для этого студент обязан самостоятельно проанализировать первоисточники и дать исчерпывающие ответы на вопросы темы. Контрольная работа — серьезное учебное задание, и чтобы написать ее как следует, необходимо использовать те первоисточники и учебные пособия, которые позволяют полнее разобраться в проблеме. Студент должен регулярно работать в университетской и городской библиотеке, вдумчиво конспектировать лекции преподавателей.

При написании контрольной работы следует обращать особое внимание на грамотное использование терминологии. При употреблении впервые тех или иных терминов и понятий следует давать их определения либо в самом тексте, либо в сносках.

Социально-культурная сфера как область экономического изучения обладает существенной спецификой. Во-первых, сфера представлена различными отраслями (культура и искусство, туризм и др.) что обуславливает большое разнообразие факторов размещения и развития входящих в нее организаций, а также разнообразие рынков товаров и услуг. Во-вторых, организации социально-культурной сферы по форме собственности и способам хозяйственной деятельности – неоднородны, они входят в состав одного из трех секторов: государственного, неприбыльного или коммерческого, каждый из которых имеет собственный механизм экономического функционирования и особенности бизнес-планирования.

Именно поэтому студенты заочной формы обучения в рамках изучения дисциплины «Планирование коммерческой деятельности в учреждениях социально-культурной сферы» выполняют контрольную работу. Цель ее выполнения - формирование теоретически знаний и практических умений анализа коммерческой деятельности в социально-культурной сфере, выявление причин возникновения и исчезновения организаций социально-культурной сферы, анализ современных тенденций формирования рынков товаров и услуг в социально-культурной сфере.

Приступая к контрольной работе, требуется сначала ознакомиться с имеющейся литературой по теме, изучить первоисточники и составить план. Здесь, в отличие от курсовой работы, план предполагает рассмотрение одной, причем довольно широкой, проблемы, и он может состоять из двух-трех вопросов.

#### **Тематика контрольной работы**

1. Выявление факторов, влияющих на формирование и динамику социально-культурных потребностей населения.
2. Социально-культурная услуга как специфический продукт, ее особенности и характеристики
3. Проблемы и перспективы функционирования государственного сектора социально-культурной сферы в условиях рынка.

4. Сравнительная характеристика экономического функционирования неприбыльного сектора социально-культурной сферы в России и за рубежом.
5. Предпосылки и основные тенденции развития коммерческого сектора социально-культурной сферы.
6. Значение и динамика развития малого и среднего бизнеса в социально-культурной сфере.
7. Современные тенденции формирования финансовых ресурсов социально-культурной сферы.
8. Федеральные целевые программы и их роль в укреплении материально-технической базы организаций социокультурной сферы.
9. Факторы развития благотворительности и коммерческого инвестирования в социально-культурную сферу.
10. Продукт сферы культуры и платежеспособный спрос.
11. Современная структура рынка культурных услуг (на примере региона, города).
12. Современная структура рынка услуг шоу-бизнеса (на примере региона, города).
13. Основные тенденции экономического развития индустрии развлечений в России.
14. Экономические аспекты развития кино и видео бизнеса в России.
15. Функции и экономическое значение развития вторичных продуктов и вторичных рынков в культуре и шоу-бизнесе.
16. Методы ценообразования, ценовая дифференциация и ценовая дискриминация в социально-культурной сфере.
17. Анализ ценовой политики коммерческой организации социально-культурной сферы
18. Роль и место планирования в управлении предприятием (организацией)
19. Бизнес-план, его назначение и содержание.
20. Особенности финансового планирования в учреждениях СКС

Студенты при написании контрольной работы могут выбрать любую из предложенных тем на свое усмотрение. Минимальное количество первоисточников, привлекаемых для написания контрольной работы — пять наименований. Объем работы — не более 15 страниц.

#### **4. Методические рекомендации по написанию курсовой работы**

*Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.*

## Оценочные средства и материалы

Оценочные и методические материалы включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

### 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п\п	Контролируемые темы дисциплины	Код формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Наименование оценочного средства
1	Значение, состав и структура социокультурной сферы	ПК-9	ПК-9.1. Знать организационно-экономическую структуру социально-культурной сферы ПК-9.3. Владеть специальной экономической терминологией	Дискуссия, эссе, доклады (сообщения), тестирование
2	Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	ПК-9	ПК-9.1. Знать организационно-экономическую структуру социально-культурной сферы; характер и специфику производства и реализации услуги как продукта; ПК-9.3. Владеть специальной экономической терминологией	Устный опрос, доклады (сообщения) тестирование
3	Финансовые ресурсы организаций социально-культурной сферы и источники их формирования	ПК-9	ПК-9.1. Знать организационно-экономическую структуру социально-культурной сферы; характер и специфику производства и реализации услуги как продукта; структуру источники формирования финансовых ресурсов культурно-досуговых организаций, ПК-7.2. Уметь собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета финансово-экономических	Сообщение (презентации) разбор кейса, выполнение самостоятельного задания,



			показателей, характеризующих деятельность предприятий и организаций СКС; ПК-9.3. Владеть специальной экономической терминологией	
4	Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	ПК-9	ПК-9.1. Знать организационно-экономическую структуру социально-культурной сферы; характер и специфику производства и реализации услуги как продукта; структуру источники формирования финансовых ресурсов культурно-досуговых организаций, механизмы финансового планирования и ценообразования; ПК-9.2. Уметь собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность предприятий и организаций СКС; ПК-9.3. Владеть специальной экономической терминологией	Решение ситуационных задач
5.	Особенности финансового планирования зрелищных видов деятельности	ПК-9	ПК-9.1. Знать организационно-экономическую структуру социально-культурной сферы; характер и специфику производства и реализации услуги как продукта; структуру источники формирования финансовых ресурсов культурно-досуговых организаций, механизмы финансового планирования и ценообразования; ПК-9.2. Уметь собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета финансово-экономических	Опрос, ситуационные задачи, деловая игра

			показателей, характеризующих деятельность предприятий и организаций СКС; разрабатывать смету или калькуляцию затрат по предоставлению отдельных услуг; планировать доходы и расходы, величину ожидаемой прибыли и рентабельность зрелищных видов социокультурной деятельности ПК-9.3. Владеть специальной экономической терминологией; навыками отдельных экономических расчетов в области планирования финансово-хозяйственной деятельности учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации навыками отдельных	
6	Основы разработки бизнес-плана	ПК-9	ПК-9.1. Знать организационно-экономическую структуру социально-культурной сферы; характер и специфику производства и реализации услуги как продукта; структуру источники формирования финансовых ресурсов культурно-досуговых организаций, механизмы финансового планирования и ценообразования; основы бизнес-планирования ПК-9.2. Уметь собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность предприятий и организаций СКС; разрабатывать смету или калькуляцию затрат по предоставлению отдельных услуг;	Устный опрос, выполнение самостоятельного практического задания

			планировать доходы и расходы, величину ожидаемой прибыли и рентабельность зрелищных видов социокультурной деятельности ПК-9.3. Владеть специальной экономической терминологией; навыками отдельных экономических расчетов в области планирования финансово-хозяйственной деятельности учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации	
<b>Результат достижения планируемых результатов изучения дисциплины</b>				<b>Экзамен</b>

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания.

### Критерии оценивания (текущий контроль)

1. Оценка «отлично» выставляется студенту, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практического задания, в логической последовательности излагает материал; смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы;
2. Оценка «хорошо» выставляется, если студент показал знание учебного материала, смог ответить почти полностью на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы;
3. Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент в целом освоил материал; однако, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы;
4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по теме практического задания, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы.

### Критерий оценивания - экзамен

Знания, умения, навыки и компетенции студентов оцениваются следующими оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Оценка	Критерии оценивания
«отлично»	студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, увязывает с практикой, свободно справляется с решением ситуационных задач и тестовыми заданиями, правильно обосновывает принятие решений, умеет самостоятельно обобщать программный материал, не допуская ошибок, знает дополнительную литературу по изучаемой дисциплине.

«хорошо»	студент твердо знает программный материал, грамотно и последовательно его излагает, увязывает с практикой, не допускает существенных неточностей в ответах на дополнительные вопросы, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками в выполнении тестовых заданий и решении задач, испытывает незначительные затруднения при самостоятельном обобщении программного материала.
«удовлетворительно»	студент усвоил только основной программный материал, но не знает его отдельных положений, в ответах допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, не в полной мере владеет умениями и навыками в выполнении тестовых заданий и решении задач, испытывает существенные затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
«неудовлетворительно»	студент не знает значительной части основного программного материала, в ответах допускает существенные ошибки, не владеет умениями и навыками в выполнении тестовых заданий и решении задач, не способен ответить на дополнительные вопросы.

### 3. Типовые контрольные задания и методические материалы, процедуры оценивания знаний, умений и навыков

#### ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

##### *Примерная тематика докладов (сообщений)*

*К теме 2:*

1. Материальный продукт и материальная услуга: сходство и различие;
2. Структура производственных и информационных средств социально культурной деятельности;
3. Бесплатная услуга и социально-экономические факторы ее сохранения в «рыночном» обществе.
4. Социально-экономические факторы спроса на услуги организаций социально-культурной сферы в России

*К теме 3:*

1. Бюджет Российской Федерации и планирование расходов на социально-культурные мероприятия;
2. Влияние нестабильности российской экономики на объемы государственного финансирования некоммерческих организаций социально-культурной сферы;
3. Федеральные целевые программы и их эффективность;
4. Эндаумент – фонды и тенденции их возникновения в России
3. Платные услуги и тенденции их расширения в социокультурной сфере;
4. Опыт благотворительности в России и за рубежом (сравнительная характеристика);
5. Благотворительность и спонсорство: сходство и различие;
6. Виды предпринимательской деятельности некоммерческих организаций.

**Процедура оценивания:** в течение семестра студент должен выступить не менее, чем с одним докладом (сообщением, презентацией). Выступление на семинаре с докладом (сообщением, презентацией) оценивается в 10 баллов (*максимальная оценка*) в зависимости от *актуальности и качества* представленного для обсуждения материала.

##### **Темы рефератов**

(для студентов, имеющих пропуски семинарских занятий или желающих повысить текущую успеваемость)

**Цель:** отчитаться перед преподавателем за пропущенный материал и продемонстрировать наличие знаний по изучаемой дисциплине.

### **Примерная тематика рефератов**

*(для студентов очной формы обучения)*

1. Влияние духовных потребностей на состав и динамику развития СКС.
2. Бюджетные и внебюджетные источники финансирования организаций социально-культурной сферы.
3. Вторичный продукт и вторичные рынки в шоу-бизнесе.
4. Коммерческие и некоммерческие организации социально-культурной сферы: сходство и различие целей и задач.
5. Культура и искусство: испытание рынком.
6. Механизм ценообразования на услуги в социально-культурной сфере.
7. Экономическая эффективность вложений в шоу-бизнес.
8. Планирование доходов и расходов при организации кино-показа.
9. Планирование доходов и расходов при организации концертной деятельности.
10. Платные услуги как источник формирования собственных средств некоммерческих организаций социально-культурной сферы.
11. Виды предпринимательской деятельности в сфере культуры.
12. Проблемы и перспективы развития предпринимательской деятельности некоммерческих организаций социально-культурной сферы.
13. Факторы, снижающие развитие благотворительной деятельности в России.
14. Спонсорские приоритеты в СКС.
15. Состав и тенденции формирования коммерческого сектора СКС.
16. Состав и тенденции формирования неприбыльного сектора СКС.
17. Социально-экономические предпосылки и основные тенденции развития индустрии развлечений в России.
18. Спонсорство (меценатство) как форма негосударственной поддержки организаций культуры и искусства.
19. Способы определения социальной и экономической эффективности деятельности организаций социально-культурной сферы.
20. Ценообразование в коммерческом секторе СКС
21. Ценообразование в государственном и неприбыльном секторах СКС.
22. Методика разработки бизнес-плана

### **Процедура оценивания:**

- 1) Из имеющегося списка тем студент выбирает ту, которая по своему содержанию соответствует пропущенному занятию, и должен раскрыть в реферате основные положения рассматриваемого вопроса, используя материалы лекций, литературу по данной теме и дополнительную информацию из любого другого источника, включая Интернет.
- 2) Реферат должен иметь объем не менее десяти страниц машинописного текста, список использованной литературы и других информационных источников должен составлять не менее пяти наименований. Реферат должен иметь титульный лист, на котором указывается название дисциплины, тема реферата и фамилия студента с указанием номера группы.
- 3). Содержательная часть реферата должна быть сгруппирована в разделы, их количество зависит от выбранной темы и наличия конкретного материала.
- 4). Реферат должен содержать выводы, самостоятельно сделанные студентом на основе рассмотренного материала по теме.

Текст реферата оценивается в 10 баллов (*максимальная оценка*) в зависимости от объема, актуальности и качества представленного материала.

### **Тематика эссе (к теме 1)**

«Структура социально-культурных потребностей населения и ее влияние на механизмы формирования и развития предприятий социально-культурной сферы»

Содержание задания: письменное изложение ответа студента на следующий вопрос:

- какие социально-культурные потребности (художественно-эстетические, зрелищные, познавательные, информационные, коммуникативные, рекреационные, социальные) сформировались у вас и могут быть удовлетворены с помощью профессиональной деятельности конкретных видов предприятий и организаций социально-культурной сферы

Основная цель эссе - представить собственные мысли и идеи по заданной теме, грамотно выбирая лексические и грамматические единицы, следуя правилам построения связного письменного текста. Необходимо обратить внимание студентов на следующее:

***Процедура оценивания:***

1. Работа должна соответствовать жанру эссе – представлять собой изложение в образной форме личных впечатлений, взглядов и представлений, подкрепленных аргументами и доводами.

2. Содержание эссе должно соответствовать заданной теме;

3. В эссе должно быть отражено следующее:

- отправная идея, проблема во внутреннем мире автора, связанная с конкретной темой.

- аргументированное изложение одного - двух основных тезисов.

4. Объем работы не должен превышать 2-3 страниц машинописного текста. Ссылка на источник информации обязательна. Срок выполнения задания – одна неделя.

5. Критерии оценки текста: содержание, неформальный подход к теме, самостоятельность мышления, кругозор, убедительность аргументации, грамотность, оформление работы. Максимальная оценка – 6 баллов.

***Круглый стол (с элементами дискуссии)***

Семинарские занятия в форме круглых столов, с элементами дискуссии предназначены для более углубленного изучения студентами проблемы финансирования как коммерческих, так и некоммерческих организаций социально-культурной сферы.

*Примеры проблематики круглых столов и технологии их проведения*

**Тема 3. Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования**

***1. Проблема.***

Поиск бюджетных и внебюджетных источников финансирования государственных и частных организаций социально-культурной сферы

***2. Концепция***

Государственные Федеральные целевые программы и благотворительность как источники укрепления материально-технической базы и финансовой поддержки организаций социально-культурной сферы

***3. Технология проведения***

Круглый стол проводится в форме представления (презентации) студентами фактических данных о конкретных Федеральных целевых программах, деятельности конкретных благотворительных и эндаумент-фондов

***4. Ожидаемый результат***

Дискуссия на тему «Направления государственной и негосударственной поддержки отдельных направлений социально-культурной деятельности в России и их эффективность (целесообразность)

***Процедура оценивания:***

1. Оценка «отлично» выставляется студенту, если студент подготовил сообщение (презентацию), содержащую все необходимые для обсуждения данные и в логической последовательности прокомментировал представленный материал; смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы преподавателя и студентов, аргументируя свою точку зрения.

2. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент подготовил сообщение (презентацию), содержащую все необходимые для обсуждения данные и в логической последовательности прокомментировал представленный материал; но не смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы преподавателя и студентов, аргументируя свою точку зрения.

3. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент подготовил сообщение (презентацию), не содержащую все необходимые для обсуждения данные и не смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы преподавателя и студентов.

4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту в случае отсутствия материала для презентации (сообщения) и пассивного отношения к обсуждению дискуссионной проблемы.

### Ситуационные задачи

Основная задача решения ситуационных задач – сформировать практические навыки расчетов результатов предпринимательской деятельности предприятий и организации социально-культурной сферы.

Примеры ситуационных задач к теме 5

**Задача 1. Определить для владельца клуба необходимое количество новогодних молодежных дискотек для покрытия всех затрат и получения прибыли в сумме 200 тысяч рублей.** Валовой сбор от реализации билетов на одну дискотеку ожидается в сумме 100 тысяч рублей. Переменные затраты одного вечера – 60 тысяч рублей. Общие (постоянные) расходы клуба для проведения новогодних специализированных дискотек составят 600 тысяч рублей.

**Задача 2.** В кинотеатре за месяц (30 дней) валовой сбор составил 972 тыс. рублей. В зале 100 мест, режим работы – ежедневно по 3 сеанса. Средняя цена билета – 120 рублей. **Какова была средняя загруженность зала (в %)**

**Задача 3.** Рок-группа заключила **арендный договор** с владельцем сценической площадки на проведение концерта с выплатой арендной платы- 20% от валового сбора. **На какую прибыль** может рассчитывать группа, если будет продано 2000 билетов по средней цене 240 рублей и себестоимости концерта – 384 тыс. рублей

#### *Процедура оценивания:*

Ситуационные задачи решаются каждым студентом самостоятельно во время аудиторных практических занятий. Каждая правильно решенная задача оценивается в 3 балла (максимально)

### Тестовые задания

Важными критерием оценки уровня текущих знаний студентов является выполнение ими тестовых заданий по отдельным темам. В частности, тестирование позволяет по мере прохождения учебного материала оценить уровень формирования у студентов необходимых компетенций.

Примеры аудиторных тестовых заданий для текущего контроля процесса формирования у студентов необходимых компетенций:

#### *К теме № 1*

**1. Какие социально – экономические факторы оказывают существенное влияние на процесс формирования и видоизменения структуры социально-культурных потребностей населения:**

- а) демографические (преимущественно половозрастные) особенности групп и индивидов
- б) национальные традиции и обычаи
- в) идеологические и религиозные воззрения
- г) среда обитания и воспитания
- д) общий культурный и образовательный уровень

**2. Как соотносятся между собой социально-культурная сфера и социальная сфера**

- а) социальная сфера – часть социально-культурной сферы
- б) социально-культурная сфера - часть социальной сферы
- в) они никак между собой не соотносятся
- г) это одна и та же сфера, только называется по-разному
- д) и социальная сфера, и социально-культурная сфера входят в состав сферы услуг

**3. Какими по форме собственности и типу хозяйствования организациями представлен неприбыльный сектор социально-культурной сферы?**

- а) организациями, имеющими муниципальную форму собственности и некоммерческий способ хозяйственной деятельности
- б) некоммерческими и унитарными предприятиями, имеющими государственную форму собственности
- в) организациями, имеющими частную форму собственности и некоммерческий тип хозяйствования
- г) некоммерческими организациями, имеющими государственную форму собственности
- д) в неприбыльном секторе присутствуют организации всех форм собственности и типов хозяйствования

**4. Может ли коммерческое предприятие (организация) быть отнесенным к государственному сектору социально – культурной сферы?**

- а) нет, к государственному сектору относятся только некоммерческие организации
- б) нет, к государственному сектору относятся только бюджетные организации
- в) да, если предприятие по профилю своей деятельности относится к социально – культурной сфере
- г) да, если это организация сферы услуг
- д) да, если это унитарное предприятие

*К теме № 2*

**1. К видам материального продукта в СКС относятся (необходимо выбрать одно, наиболее полное определение):**

- а) все продукты организаций СКС, имеющие материально-вещественную форму
- б) предметы, способные удовлетворить духовные потребности населения
- в) средства и предметы социокультурной деятельности
- г) производственные и информационные средства и предметы социокультурной деятельности
- д) производственные и информационные средства социокультурной деятельности, произведения искусств и предметы – посредники

**2. Что из перечисленного НЕ является признаком услуги как продукта**

- а) услуга имеет материально-вещественную форму
- б) процесс производства и реализации услуги совпадает по времени и месту
- в) услуга не имеет материально-вещественной формы
- г) однородность качества не характерно для услуги как продукта
- д) услуга как продукт не способна сохранять свои потребительские свойства

**3. Что из перечисленного относится к специальным материальным ресурсам организаций СКС**

- а) помещение, в котором расположена организация
- б) оргтехника
- в) сценические костюмы
- г) принадлежности для уборки помещений
- д) канцелярские принадлежности

*К теме № 3*

**1. Предприятие какой организационно-правовой формы деятельности обязан полностью или частично финансировать учредитель:**

- а) потребительский кооператив
- б) ассоциация
- в) учреждение
- г) фонд
- д) товарищество собственников жилья

**2. Который из видов благотворительной деятельности принято называть меценатством:**

- а) передача продуктов детскому дому
- б) ремонт школы
- в) бесплатная установка и обслуживание компьютеров в школах
- г) размещение социальной рекламы



д) финансирование художественной выставки

К теме 4

**1. При каком условии учреждение культуры может предоставлять свои услуги населению по льготным ценам:**

- а) при благоприятной демографической ситуации
- б) при наличии жесткой конкуренции
- в) при отсутствии квалифицированных специалистов
- г) при низком уровне платежеспособности населения
- д) при стабильном источнике компенсации возникающих при этом убытков

**2. Что из перечисленного является примером ценовой дискриминации в СКС:**

- а) различие в ценах на утренние и вечерние спектакли в театрах
- б) различие в ценах билетов для российских и иностранных граждан в музеях
- в) различие в ценах билетов в партере и на балконе в кинотеатрах
- г) различие в ценах на концерты разных исполнителей
- д) различие в ценах на туристические путевки в сезон и межсезонье

К теме 5

**1. Какой фактор не оказывает существенное влияние на уровень доходности организаций социокультурной сферы при оказании платных услуг населению:**

- а) поло-возрастной состав работников
- б) ассортимент предлагаемых услуг
- в) месторасположение организации
- г) режим работы организации
- д) ценовая политика организации

**2. При каком договоре владелец сценической площадки принимает на себя максимальное число организационных обязательств:**

- а) арендном
- б) гарантийном
- в) паритетном
- г) при любом
- д) не при каком

**Процедура оценивания:**

1. Все тестовые задания кроме задачи представляют собой **закрытые тесты**. К каждому вопросу дается по **пять** вариантов ответа. Часть тестов – **простые** (лишь *один* вариант ответа правильный), часть – **сложные** (правильными могут быть *несколько* вариантов ответа).
2. Время аудиторного тестирования – *10 минут* (10 тестовых вопросов).
3. Выполнение тестового задания будет оцениваться следующим образом:
  - «отлично» - 90% и более правильных ответов;
  - «хорошо» - от 75% включительно до 90% правильных ответов;
  - «удовлетворительно» - от 50% включительно до 75%;
  - «неудовлетворительно» - менее 50% правильных ответов.

## ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

### Вопросы для подготовки к экзамену

1. Социально-культурная сфера как совокупность отраслей и направлений бизнеса, призванных удовлетворять духовные потребности населения: тенденции формирования и развития.
2. Классификация организаций СКС по формам собственности и способу хозяйствования, тенденции их распределения между отраслями и направлениями бизнеса в СКС.
3. Классификация организаций СКС по видам экономической деятельности (классификатор).

4. Государственный сектор экономики СКС: принципы и тенденции формирования.
5. Неприбыльный сектор экономики СКС: принципы и тенденции формирования.
6. Коммерческий (частный) сектор экономики СКС: принципы и тенденции формирования.
7. Услуга как экономическая категория, специфика ее производства и реализации.
8. Классификация услуг в СКС.
9. Классификация продуктов в СКС по степени вещественности и функциональным свойствам.
10. Материальный продукт и материальная услуга в СКС^ сходство и отличие
11. Коммерческий продукт организаций СКС: понятие, свойства, виды.
12. Некоммерческий продукт организаций СКС: понятие, свойства, виды.
13. Понятие и виды основных и дополнительных услуг организаций СКС.
14. Вторичные продукты организаций культуры и искусства: понятие, задачи, проблемы производства.
15. Вторичные рынки в культуре и шоу - бизнесе: экономическое сходство и различие.
16. Бюджетные ассигнования как источник формирования ресурсов государственных и муниципальных учреждений СКС: современные тенденции и перспективы
17. Федеральные целевые программы и их роль в финансировании СКС
18. Добровольные пожертвования как дополнительный источник формирования ресурсов организаций СКС.
19. Формы добровольных пожертвований организациям СКС.
20. Эндаумент-фонд: цель, механизм формирования и использования
21. Социально-творческие заказы и договоры как источник собственных доходов некоммерческих организаций СКС
22. Платные виды социально-культурной деятельности как источники формирования собственных доходов организаций СКС.
23. Факторы, влияющие на уровень доходности организаций СКС от оказания платных услуг населению.
24. Предпринимательская деятельность как источник формирования собственных доходов некоммерческих организаций СКС.
25. Виды предпринимательской деятельности некоммерческих организаций СКС.
26. Понятие самокупаемости услуг в СКС, механизм формирования самокупаемых цен.
27. Понятие и экономические условия предоставления услуг организаций СКС по льготным и символическим ценам.
28. Механизмы ценообразования, общая схема формирования коммерческой и некоммерческой цены на услуги в СКС.
29. Ценовая дифференциация и дискриминация в предоставлении услуг СКС.
30. Сущность и факторы, обуславливающие краткосрочный характер финансового планирования в СКС.
31. Понятие многоуровневого характера планирования в СКС. Виды планов.
32. Методика планирования доходов и расходов зрелищных видов деятельности при фиксированных ценах на билеты.
33. Методика планирования доходов и расходов зрелищных видов деятельности при индивидуально разрабатываемых ценах на билеты.
34. Методика определения величины валового сбора от зрелищных видов деятельности.
35. Определение дохода владельца сценической площадки при заключении арендного договора
36. Особенности формирование прибыли владельца сценической площадки при заключении гарантийного договора.
37. Механизм обеспечения безубыточности коммерческих видов деятельности в СКС: постоянные и переменные затраты, маржа, точка безубыточности производства и реализации продуктов и услуг.

38. Значение бизнес планирования в условиях формирования собственных доходов организаций.
39. Основные этапы разработки бизнес-плана в учреждении СКС.
40. Основные разделы бизнес плана, их значение и структура.

## Глоссарий

**Административное регулирование** - осуществляется путем лицензирования и квотирования, контроля над ценами и доходами, валютными курсами, учетными процентами и др. Для социальной сферы наиболее характерно лицензирование отдельных видов деятельности (в образовании, здравоохранении, СМИ и др.).

**Активы** - все ценное, что человеку, фирме или государству принадлежит на правах собственности

**Антрепрíза** - форма организации театрального дела, в котором частный предприниматель собирает актеров для участия в спектакле (в отличие от формы государственного репертуарного театра, с постоянной труппой).

**Аренда** - временная передача владельцем имущества (арендодателем) другому лицу (арендатору) юридического права на использование орудий труда и других элементов основных производственных фондов. Для некоммерческих организаций социокультурной сферы А. считается предпринимательской деятельностью.

**Бизнес-план** – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. Можно рассматривать бизнес-план и как сам процесс планирования, и как инструмент внутрифирменного управления.

**Бюджет** – предположительное исчисление доходов и расходов организации или государства на определенный срок; распределение и структурирование доходов и расходов; распределение затрат, имеющихся ресурсов (бюджет времени).

**Бюджет денежных средств** - финансовый прогноз движения денежных средств с выделением источников денежных средств и направлений их использования. Прогнозируемые величины денежных потоков используются для оценки инвестиционных проектов.

**Бюджетное планирование** – процесс коллективной разработки плана деятельности предприятия на будущий период, в результате которого все мероприятия хозяйственной деятельности представляются в финансовом выражении в формате бюджетов в разрезе финансовой структуры предприятия (по центрам финансовой ответственности).

**Валовая прибыль** – разница между выручкой предприятия от продажи товаров и затратами на их производство, исчисленная до налога на прибыль.

**Взаимозаменяемые блага** (субституты) - блага, между которыми существует взаимосвязь в виде прямого соотношения между ценой на одно из них и спросом на другое. Например, кофе и чай: когда увеличивается цена на кофе, растет спрос на чай.

**Выручка** – денежные средства, полученные (вырученные) предприятием от продажи товаров и услуг.

**Государственный сектор социально-культурной сферы** – государственные и муниципальные унитарные предприятия, а также учреждения, находящиеся в государственной и муниципальной собственности.

**Грант** - финансовая помощь, предоставляемая государственными, общественными или частными благотворительными организациями для осуществления научных и общественно значимых проектов.

**Естественные блага** – специфические виды ресурсов социальной сферы, не предусматривающие первоначальные затраты человеческого труда на их производство (природно-климатические условия, природные достопримечательности). Они используются некоторыми организациями социокультурной сферы для оказания лечебно-медицинских, оздоровительных и иных рекреационных услуг (минеральные источники, лечебные грязи, водные, лесные и др. ресурсы).

**Затраты на оплату труда** - затраты, связанные с выплатой вознаграждения работникам предприятия (организации, учреждения), означающего фактическую стоимость рабочей

силы, а также выплаты в Пенсионный фонд, Фонд обязательного медицинского страхования, Фонд социального страхования.

**Инвестиции** - вложения капитала во всех его формах с целью обеспечения роста капитализации предприятия в предстоящем периоде, получения текущего дохода или решения определенных социальных задач

**Инвестиционные затраты** - затраты, связанные с привлечением и использованием инвестиций, в том числе капитальные затраты (вложения в основные фонды) и прирост оборотных средств.

**Инвестиционный проект** - запланированный комплекс мероприятий (предложений), направленных на достижение определенных целей (экономического и неэкономического характера) и требующих для своей реализации расхода или использования капитальных ресурсов, т. е. капиталобразующих инвестиций. Капиталообразующие инвестиции направляют в основном на поддержание и развитие материального производства и сферы услуг; они включают: капитальные вложения, затраты на капитальный ремонт, инвестиции на приобретение земельных участков и объектов природопользования, в нематериальные активы (патенты, лицензии, НИОКР, программные продукты и т. д.).

**Информационные ресурсы** - по законодательству РФ - отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах: библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других видах информационных систем.

**Источники формирования финансовых ресурсов организаций социально-культурной сферы:** бюджетные и иные поступления от учредителей; доходы от платных форм деятельности; платежи за оказание услуг по договорам с юридическими и физическими лицами; добровольные пожертвования, субсидии, средства, полученные по завещаниям; кредиты банков; другие доходы и поступления, в том числе доходы от предпринимательской деятельности

**Качество продукции** – совокупность технико-экономических и эстетических свойств продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять определенные потребности населения в соответствии с их назначением.

**Коммерческая цена** – цена, установленная на продукт (услугу) с учетом издержек и процента прибыли.

**Коммерческий сектор социально-культурной сферы** – организации в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, находящиеся в частной собственности, и преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.

**Коммуникация** - передача информации от одного индивида (или группы) к другому.

Коммуникация является основой всех видов социального и личного взаимодействия.

**Конкуренция** – соперничество между товаропроизводителями за лучшие, экономически более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли.

**Конкурентоспособность** - способность товара или услуги обеспечивать коммерческий успех на определенном рынке в условиях действия конкурентов.

**Косвенное экономическое регулирование** – предполагает использование рычагов кредитно-денежной, налоговой, валютной, внешне - экономической (в том числе таможенно -тарифной) политики.

**Культурно - досуговые учреждения** – общедоступные учреждения, организующие отдых и духовное развитие всех слоев населения в сфере свободного времени, основанные на инициативе и доступности.

**Комплексная целевая программа** - директивный плановый документ, содержащий увязанный по исполняемым ресурсам, срокам, комплекс адресных мероприятий, обеспечивающих решение важной социальной, экономической или научно-технической проблемы.

**Льготная цена** – цена, установленная ниже фактических издержек. Условие предоставления услуг по льготным ценам – наличие внешних и (или) внутренних источников компенсации возникающих при этом убытков.

**Материальный продукт** – продукт, имеющий вещественную, осязаемую форму и устойчивые потребительские свойства. Процесс его производства и последующей реализации не совпадает по времени и месту. Виды материального продукта в социальной сфере: производственные и информационные средства социальной деятельности, предметы – посредники.

**Методы планирования** - совокупность приемов, способов, операций, алгоритмов по обоснованию прогнозов и планов развития предприятия на перспективу.

**Неприбыльный сектор социально-культурной сферы** - организации, создаваемые в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций, благотворительных и иных фондов, ассоциаций, союзов, партнерств, учреждений, имеющие частную форму собственности и некоммерческий тип хозяйствования (негосударственные учреждения образования, здравоохранения, социальной защиты населения и т.п.).

**Общественные блага** - блага, к которым имеют доступ все индивиды. К общественным благам относятся: общедоступное посещение парков, музеев и т.п. В противоположность частным благам общественные блага: неконкурентны (потребление такого блага одним человеком не сокращает количество блага, доступное другим); и носят неисключающий характер, что не позволяет исключить кого-либо из пользования этими благами. Эти характеристики не позволяют назначать плату за общественные блага, вследствие чего частный сектор оказывается не заинтересованным в финансировании их производства. Различают общенациональные и местные (локальные) общественные блага.

**Маржинальный доход** — максимальный доход (выручка), полученный в результате реализации дополнительной единицы произведенной продукции.

**Меценатство** – альтруистическая безвозмездная поддержка, как правило, продолжительная деятельность, связанная с систематической поддержкой определённой творческой личности, творческого коллектива.

**Переменные издержки** – издержки, зависящие от количества произведенной продукции (например, затраты на материалы).

**Планирование** - вид управленческой деятельности, связанный: с определением целей управляемой системы; поиском наиболее эффективных методов и средств, необходимых для достижения этих целей; и с формулированием системы показателей, определяющих ход работ по достижению поставленных целей. Результатом планирования является план.

**Планирование продаж и операций** - процесс разработки тактических планов, обеспечивающий менеджменту способность стратегически направлять свои бизнесы для достижения конкурентных преимуществ на постоянной основе путем интеграции клиент-ориентированных маркетинговых планов для новых и существующих продуктов с управлением цепью поставок. Процесс собирает воедино все планы для бизнеса (продаж, маркетинга, развития, производства, источников поставок, финансовый) в один интегрированный комплекс планов. Он (процесс) выполняется как минимум раз в месяц и рассматривается менеджментом на агрегированном (по семьям продуктов) уровне. Процесс должен согласовать все планы по поставке, спросу и планы по новой продукции и на подробном, и на агрегированном уровне и увязать это с бизнес-планом. Это – четкая формулировка планов компании в кратко- и среднесрочном периоде, охватывающее горизонт, достаточный для планирования ресурсов и поддержки ежегодного процесса бизнес-планирования. Исполняемый должным образом, процесс планирования продаж и операций связывает стратегические планы бизнеса с их исполнением и рассматривает показатели деятельности для постоянного совершенствования.

**Показатели планирования** - числовые величины, включенные в планы и характеризующие различные стороны развития экономического субъекта.

**Постоянные издержки** – часть издержек, которые не зависят от объемов производства (например, плата за аренду помещения).

**Потребность (нужда)** - внутреннее состояние психологического или функционального ощущения недостаточности чего-либо. Потребности различают:

- по сферам деятельности: потребности труда, познания, общения, отдыха;

- по объекту потребностей: материальные, духовные, этические, эстетические и др. потребности;

- по функциональной роли: доминирующие / второстепенные, центральные/периферические, устойчивые/ситуативные потребности;

- по субъекту потребностей: групповые, индивидуальные, коллективные, общественные.

**Предпринимательство** – деятельность предприятия (организации), осуществляемая на свой страх и риск с целью извлечения прибыли от реализации продукта (услуги). Для некоммерческих организаций существует перечень видов деятельности, которые законодательно являются предпринимательскими: сдача имущества и материальных ценностей в аренду сторонним организациям, торгово-закупочная деятельность (покупка товаров народного потребления с целью их последующей перепродажи населению по более дорогой цене), долевое или индивидуальное участие в производстве коммерческого продукта(услуги) или реализации коммерческих проектов.

**Престиж, престижность** – особая ценность товаров или услуг, указывающая на высокий социальный статус их потребителей, соотносимый с фирменностью приобретаемых ими продуктов. Определение П. близко по своему смыслу к понятию фирменности товаров. П. товара или услуги создается несколькими факторами. Значение имеет имидж страны, местности, где произведен товар или услуга. Важен авторитет, сильный товарный знак производителя: автомобили «Мерседес», «Вольво», арт-визаж «от Диора» и т.п. На возникновение феномена П., а это – именно социально-психологический феномен, большое влияние оказывает реклама и маркетинговые мероприятия по позиционированию и продвижению товаров и услуг на рынке.

П. является одним из главных рычагов и стимулов потребительского поведения, мотиваций покупателей. Именно его час-то покупают, приобретая тот или иной товар, пользуясь услугой определенной марки. Известно, что основную прибыль от продажи дорогих фирменных товаров приносит средний класс, стремящийся отделиться от нижних общественных этажей и приблизиться к высшим социальным слоям, стратам общества. П. серьезно повышает стоимость товаров и прямо влияет на цену. В отношении предприятий также можно говорить о П. Существует английское понятие «good will» (означающее П. и деловую репутацию), которым пользуются для стоимостной оценки компаний. В это понятие включают кадры, клиентов, партнеров и наработанные организацией связи. Все это оценивается и получает финансовое выражение, которое заносится на специальный счет, напр., когда происходит слияние компаний или поглощение одного предприятия другим. Ср. бренд.

**Прибыль предприятия** (организации) — разница между выручкой от продаж товаров или услуг и затратами, необходимыми для производства и организации продажи этих товаров и услуг.

**Признаки для классификации организаций социально-культурной сферы** – форма собственности, способ хозяйствования, вид экономической деятельности, вид продукта.

**Прогноз** - научно-обоснованное суждение о возможных состояниях объекта изучения (или процесса развития его отдельных элементов) в будущем, о возможностях и сроках достижения этих состояний. В отличие от гипотезы прогноз описывает будущее исходя из сложившихся закономерностей с оценкой степени вероятности его достижения.

**Рекреационные ресурсы** - часть туристских ресурсов, представляющая природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, артефакты, которые:

- обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности;

- могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в фиксированное время.

**Ресурсы** - источники и предпосылки получения необходимых людям материальных и духовных благ, которые можно реализовать при существующих технологиях и социально-экономических отношениях. Подразделяются на следующие группы: материальные; информационные; трудовые ресурсы, природные блага; финансовые ресурсы.

**Рынок** – сфера товарного обращения, где формируется спрос, предложение и цена на товары и услуги; организация, создающая условия для ведения торгов на основе договора купли-продажи.

**Самоокупаемая цена** – цена, установленная на уровне прямых издержек, необходимых для оказания конкретной услуги.

**Сезонность** – показатель, который непосредственно влияет на спрос, сбыт, рекламирование, деятельность СМИ, деловую активность, политику и т. д.

**Социально-культурные потребности** – художественно-эстетические, зрелищные, познавательно-информационные, коммуникативные, рекреационные, социальные.

**Спонсор** - от латинского "spondeo"- ручаюсь. В социокультурной сфере - физическое или юридическое лицо, финансирующее деятельность общественной организации (например, благотворительной, творческой, экологической и др.), проведение какого-либо мероприятия, сооружения объекта и т.п.

**Спонсорство** – поддержка общественных, культурных, спортивных, религиозных организаций и деятелей, изданий, телепередач, кинопоказа, радиостанций, а также общественно значимых мероприятий и инициатив в целях приобщения или сохранения положительной общественной репутации, известности. С. можно рассматривать как более современный вариант благотворительности, в котором отчетливо просматривается стремление к выгоде, рекламе и публицити. На эти блага спонсоры обменивают свою финансовую и иную поддержку. СМИ часто выступают в роли информационных спонсоров различных PR-акций и проектов. Рестораны могут предоставлять свои залы и др. профильные услуги, авиакомпании – бесплатные перелеты и т. д. Банкам и финансово-кредитным учреждениям приходится спонсировать PR – мероприятия деньгами. В обмен на спонсорскую поддержку предприятия и организации получают упоминания о своем С. в СМИ, укрепляют свою деловую репутацию. С. активно используется в политическом PR, в политической рекламе. См. благотворительность, меценатство.

**Спрос** – платежеспособная потребность количества товара или услуг, которые люди хотят и могут купить по данной цене.

**Стратегический план** - план того, как выстроить и определить действия для поддержки миссии, целей и задач организации. Обычно включает четкую миссию организации, цели и задачи, а также определенные действия, необходимые для достижения этих целей и задач. Синоним: стратегия (strategy).

**Сфера услуг** – сводная обобщающая категория, включающая воспроизводство разнообразных видов услуг, оказываемых предприятиями, организациями, а также физическими лицами.

**Правовое регулирование** – осуществляется в рамках гражданского (хозяйственного) законодательства через систему норм и правил.

**Товар** – изделие, вещь, которые выступают как объект купли-продажи, обмена.

**Точка безубыточности** — уровень производства продукции, при котором выручка от реализации равна текущим затратам на ее изготовление.

**Услуга** – продукт (результат труда), не имеющий вещественной, осязаемой формы и устойчивых потребительских качеств. Процесс ее производства и реализации совпадает по времени и месту.

**Фандрейзинг** – деятельность по привлечению и аккумулярованию финансовых средств из различных источников на реализацию социальных проектов и программ

**Филантропия** – благотворительность, основанная на любви к человеку, сочувствии неимущим, необразованным и т. п. Ф. противопоставляли привычной, традиционной благотворительности, исходящей из общественных условностей и религиозных установок (помогать бедным и вообще ближним требуют христианство, ислам, иудаизм). Традиционная благотворительность была закреплена в определенных обычаях, правилах поведения. Ф. же могла действовать более свободно, шла от личных чувств и индивидуального видения мира.

**Финансовый план предприятия, организации** - документ, отражающий объем поступления и расходования денежных средств, фиксируемый в балансе доходов и



расходов предприятия, организации, включая взаимоотношения с бюджетом на планируемый период.

**Финансовые ресурсы** – денежные средства хозяйственной организации, представленные в виде кассовой или банковской наличности, в расчетах или ценных бумагах.

**Цена** - денежное выражение стоимости товара; экономическая категория, позволяющая косвенно измерить затраченное на производство товара рабочее время. В условиях товарных отношений цена выступает как связующее звено между производителями и потребителями, т.е. является механизмом, обеспечивающим равновесие между спросом и предложением.

**Ценообразование** – процесс установления цены на продукцию (услугу) фирмы.

**Ценовая дискриминация** – практика установления разных цен на различные единицы одного и того же продукта, не оправданная никакими различиями в издержках. Виды ценовой дискриминации в социальной сфере: потребительская, количественная, индивидуальная.

**Ценовая эластичность** – понятие, характеризующее интенсивность реакции спроса и предложения на изменение цен.

**Частная собственность** — признаваемое обществом право отдельных граждан и их объединений владеть, пользоваться и распоряжаться любыми видами экономических ресурсов.

**Чистый доход (прибыль)** – экономическая величина, определяемая как разница между общей выручкой и общими издержками, превышение доходов над расходами. В социокультурной сфере чистый доход возникает при осуществлении некоммерческими организациями предпринимательской деятельности.

**Шоу-бизнес** – предпринимательство в области зрелищных мероприятий, кино, телевидения, фабрикации и раскрутки «звезд», выпуска видео – и аудиопродукции развлекательного характера, концертов и т. п.

## Методические рекомендации для преподавателя по дисциплине

Основной целью изучения дисциплины «Планирование коммерческой деятельности в учреждениях СКС» является овладение студентами теоретическими основами планирования коммерческой деятельности предприятий и организаций социально-культурной сферы, практическими навыками финансового и бизнес планирования коммерческих и некоммерческих организаций СКС.

К числу наиболее важных *задач*, связанных с освоением дисциплины следует отнести формирование у студентов умений и навыков работы с нормативными документами, экономической литературой, информационными ресурсами Internet, усвоение студентами специальной экономической терминологии в области бизнес-планирование, развитие экономического мышления.

Форма промежуточного контроля - экзамен

### *Краткие рекомендации для проведения лекционных занятий (по темам)*

Тема 1. Цель и задачи изучения темы: научить студентов различать и анализировать сущность различных подходов к определению состава и структуры социально-культурной сферы.

Актуальность данной темы заключается в отсутствии единого взгляда экономистов на состав и структуру данной сферы. Одни авторы определяют социальную сферу как совокупность предприятий, выпускающих продукт, связанный с жизнедеятельностью людей (в этом случае к социокультурной сфере относятся многие отрасли экономики, в том числе и автомобилестроение, производство бытовой техники и т.п.). Другие включают в состав социокультурной сферы совокупность организаций, выполняющих только культурные функции, имеющие значение для культурного уровня всего общества. В этом случае в нее попадает весьма узкий перечень предприятий – театры, музеи, библиотеки.

Именно поэтому данная тема предполагает осмысление как теоретических аспектов формирования состава социокультурной сферы, так и сравнительный анализ различных взглядов. Особое внимание следует уделить существующим формам собственности и типам хозяйствования организаций социокультурной сферы

Тема 2. Цель: ознакомить студентов с разнообразием продуктов предприятий социально-культурной сферы, изучить типологии продуктов организаций социально-культурной сферы в зависимости от различных признаков.

Необходимо в ходе лекции подчеркивать, что, несмотря на сложившуюся точку зрения о том, что социально-культурная сфера – это сфера услуг, результат деятельности ее предприятий и организаций социальной сферы может иметь не только нематериальную, но и вещественную форму. Особое внимание следует обратить на отличительные свойства материального продукта и нематериального продукта (услуги), классификации материальных продуктов и услуг социокультурной сферы по различным признакам.

Сложность изучения данной темы заключается в отсутствии единого взгляда экономистов на структуру продуктов, производимых и реализуемых в социальной сфере. Многие специалисты, например, отрицают наличие материальных продуктов (считают нужным относить их к сфере материального производства), материальных услуг (относят их к сфере бытового обслуживания). Между тем, изучение производственных и информационных средств социальной деятельности, предметов-посредников и других видов материальных продуктов данной сферы представляется весьма обоснованным. Не менее важным представляется выделение коммерческих и некоммерческих продуктов, основных и дополнительных услуг организаций социальной сферы.

Тема 3. Цель: изучить структуру, принципы и механизм формирования финансовых ресурсов социально-культурной сферы.

В рамках изложения темы следует особое внимание уделять тому, что для организаций социокультурной сферы характерным является множественность источников финансирования (в отличие от сферы материального производства). Кроме того структура финансовых ресурсов и источники их формирования различна для коммерческих и

некоммерческих организаций. Особое внимание следует уделить современным тенденциям и проблемам формирования финансовых ресурсов государственных учреждений социальной сферы из различных источников не только в России, но и в развитых европейских странах.

Тема 4. Цель: рассмотреть специфику ценообразования в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций социально-культурной сферы, специфику финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы с разным типом хозяйственной деятельности.

Актуальность изучения данной темы определяется необходимостью выявления специфики ценообразования в социокультурной сфере. Она связана, в первую очередь, с существующими механизмами формирования некоммерческих и самокупаемых цен на социально значимые услуги государственных организаций образования, здравоохранения социального обеспечения и страхования и др., активным применением ценовой дифференциации и дискриминации, а также механизмом включения прибыли в цену единичного коммерческого продукта (в сфере культуры, например). Следует внимание уделить схемам формирования коммерческой и некоммерческой цены на услуги и уметь их интерпретировать с точки зрения понятий «коммерческая», «самокупаемая» и «льготная» цена. Следует также раскрыть сущность и формы ценовой дифференциации и дискриминации.

Тема 5. Цель: рассмотреть специфику финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы с разным типом хозяйственной деятельности.

Актуальность данной темы требует выявить и обсудить особенности, характерные для финансового планирования деятельности коммерческих и некоммерческих организаций социальной сферы (приоритет краткосрочного планирования, многоуровневый характер планирования, различие в целях и методики финансового планирования организаций с разным типом хозяйственной деятельности), а также особенности разработки различных видов смет.

Тема 6. Цель и задачи изучения темы: рассмотреть структуру и основные этапы разработки бизнес плана в учреждениях СКС в зависимости от поставленной цели.

Особое внимание следует уделить различиям в составлении бизнес плана производства нового продукта (услуги), проникновения уже имеющегося продукта или услуги на новый рынок, бизнес план открытия нового предприятия (организации) СКС.

### *Написание эссе*

Обучение письменной речи предполагает формирование умения излагать свои мысли, чувства и мнение по поводу изучаемых тем в форме сочинения или эссе.

Основная цель эссе – представить собственные мысли и идеи по заданной теме, грамотно выбирая лексические и грамматические единицы, следуя правилам построения связного письменного текста. Необходимо обратить внимание студентов на следующее:

1). Работа должна соответствовать жанру эссе – представлять собой изложение в образной форме личных впечатлений, взглядов и представлений, подкрепленных аргументами и доводами.

2). Содержание эссе должно соответствовать заданной теме;

3). В эссе должно быть отражено следующее:

- отправная идея, проблема во внутреннем мире автора, связанная с конкретной темой.
- аргументированное изложение одного - двух основных тезисов.
- вывод.

Объем эссе не должен превышать 2-х страниц печатного текста (но не менее 1). Работа может быть оформлена с помощью компьютерных программ (MS Office), в т.ч. графических.

Критерии оценки работ: содержание, неформальный подход к теме, самостоятельность мышления, кругозор, убедительность аргументации, грамотность, оформление работы.

### *Подготовка реферата, доклада*

Одной из форм самостоятельной деятельности студента является написание докладов и рефератов. Выполнение таких видов работ способствует формированию у студента навыков самостоятельной научной деятельности, повышению его теоретической и профессиональной подготовки, лучшему усвоению учебного материала.

Реферат представляет собой письменную работу на определенную тему. По содержанию, реферат – краткое осмысленное изложение информации по данной теме, собранной из разных источников. Это также может быть краткое изложение научной работы, результатов изучения какой-либо проблемы.

Темы докладов и рефератов определяются преподавателем в соответствии с программой дисциплины. Конкретизация темы может быть сделана студентом самостоятельно.

Следует акцентировать внимание студентов на том, что формулировка темы (названия) работы должна быть:

- ясной по форме (не содержать неудобочитаемых и фраз двойного толкования);
- содержать ключевые слова, которые репрезентируют исследовательскую работу;
- быть конкретной (не содержать неопределенных слов «некоторые», «особые» и т.д.);
- содержать в себе действительную задачу;
- быть компактной.

Выбрав тему, необходимо подобрать соответствующий материал и провести его предварительный анализ. К наиболее доступным источникам литературы относятся фонды библиотеки, а так же могут использоваться электронные источники информации (в том числе и Интернет).

Важным требованием, предъявляемым к написанию рефератов, является грамотность, стилистическая адекватность, содержательность (полнота отражения и раскрытия темы).

Еще одним из требований, предъявляемых к рефератам, является их объем:

- краткое осмысленное изложение информации по данной теме, собранной из разных источников – 4,5 страниц текста (не считая титульного листа).
- краткое изложение научной работы:
  - а) статья до 5 печатных страниц свертывается в реферат из 125-200 слов;
  - б) статья до 25 печатных страниц – в реферат из 250 и более слов;
  - в) для более крупных документов – до 1200 слов.

Если оригинальный текст свернут в реферате до 1/8 его объема при сохранении основных положений, то такой реферат может считаться удовлетворительным, нормальным по объему.

Еще одним требованием является связанность текста. Предложения в тексте связаны общим смысловым содержанием, общей темой текста. Очень часто связность достигается благодаря различным специальным средствам. К наиболее распространенным относятся повторение одного и того же ключевого слова и замена его местоимениями.

Часто взаимосвязь предложений в тексте достигается с помощью наречий, местоименных наречий, которые употребляются вместо членов предложений, уточнения времени и места развития событий, о которых сообщалось в предыдущем предложении. Одним из специальных средств связности является порядок слов в предложении. Для обозначения тесной смысловой связи в тексте предложение может начинаться словом или словосочетанием из предыдущего предложения.

Реферат должен заключать такой элемент как выводы, полученные сделанные студентам в результате работы с источниками информации.

Рефераты и доклады представляются строго в определенное графиком учебного процесса время, их выполнение является обязательным условием для допуска к промежуточному контролю.

#### **Методические рекомендации для преподавателя**

Тема занятия	Виды учебных занятий	Способы учебной деятельности	Методы обучения, формы педагогического	Средства обучения	Формы контроля
--------------	----------------------	------------------------------	--	-------------------	----------------

			общения		
1	2	5	6	7	8
Значение, состав и структура социально-культурной сферы	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	печатные пособия (монография) электронные презентации	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинар	Коллективный-индивидуальный	Дискуссионный метод Формы: - диалог (преподаватель – студенты) - полилог (дискуссия)	печатные (монография, тесты) электронные презентации	Устный опрос, дискуссия, доклады (сообщения) тестирование
Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	печатные (монография) электронные презентации	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинар	Коллективный-индивидуальный	Дискуссионный метод Формы: - диалог (преподаватель – студенты) - полилог (дискуссия)	печатные (монография, научные статьи, тесты) электронные презентации	Устный опрос, дискуссия, доклады (сообщения), тестирование
Финансовые ресурсы организаций социально-культурной сферы и источники их формирования	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	печатные электронные презентации	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинар	Коллективный, работа в малой группе, индивидуальный	Дискуссионный метод Формы: - диалог - полилог (внутри группы)	Печатные (монография, кейс. тест) электронные презентации, информационные ресурсы интернета (поиск материала для кейса)	Устный опрос, выступление с докладом или сообщением, разбор кейса, обсуждение самостоятельного задания, тестирование
Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	печатные (монография, научные статьи) электронные презентации	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинар	Коллективный-индивидуальный	Методы: - дискуссионный - объяснительно-иллюстративный	Печатные (монография, научные статьи) раздаточный	Устный опрос, решение ситуационных задач

			(выдача самостоятельного задания); -решение задач	материал) Технические (калькулятор)	
Особенности финансового планирования зрелищных видов деятельности	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	печатные (монография, научные статьи) электронные презентации	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинар	Коллективный-Индивидуальный Работа в малой группе	Методы: - дискуссионный - объяснительно-иллюстративный (выдача самостоятельного задания); -решение задач	Печатные (монография, научные статьи раздаточный материал) Технические (калькулятор)	Устный опрос, решение ситуационных задач обсуждение выполненных самостоятельных заданий
Основы разработки бизнес-плана	лекция	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	Печатные (монография, научные статьи) электронные презентации	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	семинар	Коллективный	Дискуссионный метод Формы: - диалог - полилог	Печатные (монография, научные статьи)	Выполнение самостоятельного задания с последующим обсуждением

Тематический план изучения дисциплины  
**Планирование коммерческой деятельности в учреждениях СКС**

Год набора: **2021** Форма обучения: **очная**

Наименование разделов и тем	Всего	Трудоемкость по дисциплине				СРС	Формируемые компетенции
		контакт · работа	в т.ч.				
			лекции и	лаб. работ ы	прак т./ сем		
Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	16	4	2		2	12	ПК-9
Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	18	6	4		2	12	ПК-9
Финансовые ресурсы организаций социально-культурной сферы и источники их формирования	16	4	2		2	12	ПК-9
Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	16	4	2		2	12	ПК-9
Особенности финансового планирования зрелищных видов деятельности	27	10	4		6	17	ПК-9
Основы разработки бизнес-плана	24	8	4		4	16	ПК-9
<i>Контроль</i>	27	27					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>63</b>	<b>18</b>		<b>18</b>	<b>81</b>	
Зачетных единиц	4						

Тематический план изучения дисциплины

**Планирование коммерческой деятельности в учреждениях СКС**Год набора: **2021** Форма обучения: **заочная**

Наименование разделов и тем	Всего	Трудоемкость по дисциплине				СРС	Формируемые компетенции
		контакт работа	в т.ч.				
			лекции и	лаб. работ ы	прак т./ сем		
Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	20	3	1		2	17	ПК-9
Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	20	3	1		2	17	ПК-9
Финансовые ресурсы организаций социально-культурной сферы и источники их формирования	19	2	-		2	17	ПК-9
Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	20	2	-		2	18	ПК-9
Особенности финансового планирования зрелищных видов деятельности	23	5	1		4	18	ПК-9
Основы разработки бизнес-плана	21	3	1		2	18	ПК-9
<i>Контроль</i>	<b>9</b>	<b>9</b>					
<i>Иная контактная активная работа</i>	<b>12</b>	<b>12</b>					
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>39</b>	<b>4</b>		<b>14</b>	<b>105</b>	
Зачетных единиц	4						