

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

Кафедра социально-культурных технологий

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

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 «Ивент-менеджмент»
_____ Бирженюк Г.М.

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
«30» апреля 2022 г., протокол № 8
Зав. кафедрой _____ Г. М. Бирженюк

Рекомендована решением Методического совета
«20» мая 2022 г., протокол № 5

Секретарь МС _____ Е.В. Зяблицев

Авторы-разработчики:

_____ Доцент, к.п.н., Е.А. Ильинская

г. Санкт-Петербург

Пояснительная записка

Цель государственного экзамена «Социально-культурная деятельность» предусматривает контроль теоретических знаний студента на междисциплинарном уровне, охватывающем дисциплины, составляющие основу подготовки менеджеров социально-культурной деятельности. Программа государственного экзамена включает основные тематические разделы дисциплин «Теория и история социально-культурной деятельности», «Основы культурной политики», «Народная художественная культура», «Социально-культурная деятельность за рубежом», «Технологии менеджмента социально-культурной деятельности», «Технологические основы социально-культурной деятельности», «Ресурсная база социально-культурной деятельности», «Методология и методика научного исследования социально-культурной деятельности»), «Арт-менеджмент», «Основы разработки КПД для детей и подростков», «Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере»

Государственный экзамен проводится с целью выявления теоретической подготовки студентов к решению профессиональных задач, направленных на социально-педагогическое, психолого-педагогическое, информационное, организационно-методическое содействие развития личности в процессе производства, интерпретации, сохранения и распространения культурных ценностей.

В программе излагаются требования, предъявляемые к уровню знаний выпускника по каждому разделу соответствующих дисциплин. Программа снабжена перечнем экзаменационных вопросов к итоговому государственному экзамену, списком учебной литературы, рекомендуемой для подготовки к экзаменам.

Задачи профессиональной деятельности выпускника

Бакалавр по направлению подготовки **Социально-культурная деятельность** должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

а) творческо-производственная:

- создание культурных программ и социально-культурных мероприятий, направленных на творческое развитие детей, подростков и взрослых, организацию свободного времени населения;
- участие в разработке и реализации социально-культурных технологий в учреждениях культуры, индустрии досуга и рекреации;
- использование культурного наследия для удовлетворения духовных потребностей различных групп населения в процессе культурно-просветительной деятельности
- создание благоприятной культурной среды, стимулирование инновационных движений в социокультурной сфере;

- обеспечение технологического процесса подготовки и проведения социально-культурных мероприятий (информационных, выставочных, праздничных) в учреждениях культуры;

- постановка культурно-досуговых программ (информационно-просветительных, художественно-публицистических, культурно-развлекательных) на основе оригинального сценарно-режиссерского решения;

- проведение массовой просветительной и воспитательной работы; популяризация здорового образа жизни; организации социально-культурного творчества и развивающего рекреативно-развлекательного досуга;

- социально-культурная поддержка людей с особенностями физического развития, участие в деятельности по социокультурной адаптации лиц с нарушением социализации и отклоняющимся поведением, помощь в семейном воспитании детей;

б) организационно-управленческая:

- руководство учреждениями, организациями и объединениями социально-культурной сферы, индустрии досуга и рекреации;

- осуществления менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности, руководство деятельностью учреждений культуры;

- продюсирование культурно-досуговых программ, организация и проведение различных форм социально-культурной деятельности населения (фестивали, конкурсы, смотры, праздники, программы социально-культурной анимации и рекреации, выставки)

в) художественное руководство деятельностью учреждения культуры:

- художественное руководство клубным учреждениям, парком культуры и

- отдыха, научно-методическим центром, центром досуга и аналогичными организациями;

- разработка целей и приоритетов творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные);

- организация деятельности учреждений культуры, способствующей культурному развитию населения; содействие культурно-воспитательной работе учреждений дополнительного образования детей, общеобразовательных учреждений;

д) научно-методическая:

- информатизация и научно-методическое обеспечение социально-культурной деятельности, оказание информационных и методических услуг;

- распространение передового опыта учреждений социально-культурной сферы по реализации задач федеральной региональной культурной политики, социально-культурному воспитанию населения;

- разработка новых методик по организации и руководству учреждениями социально-культурной сферы, стимулированию социально-культурной активности населения в России;

- участие в проведении научных исследований социально- культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества;

- разработка методических пособий, учебных планов и социально-культурных программ информационно-просветительной, культурно-досуговой, рекреативно-оздоровительной, анимационной деятельности и видов рекреации и досуга;

- создание и поддержка компьютерных баз данных о формах социально-культурного творчества, его участниках и ресурсах;

- участие в различных формах переподготовки и повышения квалификации организаторов, руководителей коллективов, методистов и преподавателей дисциплин социально-культурной деятельности;

г) проектная:

- участие в разработке и обосновании социально-культурных проектов и программ;

- участие в педагогическом проектировании инновационных систем социально-культурного творчества, рекреации, организации туристического досуга;

- оказание в экспертизе проектов социально- культурной направленности;

д) педагогическая:

- преподавание теоретических и практических дисциплин в области социально-культурной деятельности в образовательных учреждениях среднего профессионального и дополнительного образования и переподготовки кадров в сфере культуры и искусства историко-культурных дисциплин в образовательных учреждениях дополнительного образования детей, общеобразовательных учреждениях;

- обеспечение полного учебно-методического комплекса по преподаваемым дисциплинам;

Требования к результатам освоения образовательной программы бакалавриата

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими компетенциями:

общекультурные компетенции:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-9).

общепрофессиональные компетенции:

- способностью к самостоятельному поиску, обработке, анализу и оценке профессиональной информации, приобретению новых знаний, используя современные образовательные и информационные технологии (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОПК-2).

творческо-производственная деятельность:

- способностью эффективно реализовывать задачи государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности (ПК-1);
- готовностью к использованию технологий социально-культурной деятельности (средств, форм, методов) для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга, обеспечения условий для реализации социально-культурных инициатив населения, патриотическое воспитание (ПК-2);
- готовностью к осуществлению развивающей социально-культурной деятельности всех возрастных групп населения, к организации массовых, групповых и индивидуальных форм социально-культурной деятельности в соответствии с культурными потребностями различных групп населения (ПК-3);
- способностью применять нормативные правовые акты по охране интеллектуальной собственности и авторского права в сфере культуры, организации социально-культурной деятельности населения, обеспечения прав граждан в сфере культуры и образования (ПК-4);

– способностью к использованию современных информационных технологии для моделирования, статистического анализа и информационного обеспечения социально-культурных процессов (ПК-5);

– способностью к разработке сценарно-драматургической основы социально-культурных программ, постановке социально-культурных программ с использованием технических средств (световое, звуковое, кино-, видео- и компьютерное оборудование) и сценического оборудования учреждений культуры (ПК-6);

– готовностью к организации информационно-методического обеспечения творческо-производственного процесса в учреждениях социально-культурной сферы (ПК-7);

– способностью к осуществлению педагогической деятельности в учреждениях культуры, образовательных организациях общего образования и среднего профессионального образования, образовательных организациях дополнительного образования, к участию в различных формах переподготовки и повышения квалификации специалистов социально-культурной деятельности (ПК-8);

организационно-управленческая деятельность:

– готовностью к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности (ПК-9);

– способностью осуществлять финансово-экономическую и хозяйственную деятельность учреждений культуры, учреждений и организаций индустрии досуга и рекреации (ПК-10);

– готовностью использовать нормативные правовые акты в работе учреждений культуры, общественных организаций и объединений граждан, реализующих их права на доступ к культурным ценностям и участие в культурной жизни страны (ПК-11);

– готовностью к организации творческо-производственной деятельности работников учреждений культуры (ПК-12);

– готовностью к осуществлению технологий менеджмента и продюсирования концертов, фестивалей, конкурсов, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности (ПК-13);

художественно-творческая деятельность:

– способностью к организации художественно-творческой деятельности в клубном учреждении, парке культуры и отдыха, научно-методическом центре, центре досуга (ПК-14);

– готовностью к разработке целей и приоритетов творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуротворческие, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные) (ПК-15);

научно-методическая деятельность:

- способностью к обобщению и пропаганде передового опыта учреждений социально-культурной сферы по реализации задач федеральной и региональной культурной политики (ПК-16);
 - способностью к разработке новых методик культурно-просветительной работы, методик стимулированию социально-культурной активности населения (ПК-17);
 - готовностью к разработке методических пособий, учебных планов и программ, обеспечивающих условия социокультурного развития личности в учреждениях культуры, рекреации и индустрии досуга (ПК-18);
 - способностью к созданию и поддержке компьютерных баз данных о формах социально-культурного творчества, его участниках и ресурсах (ПК-19);
 - готовностью к осуществлению прикладных научных исследований социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества, разработке на этой основе продуктивных прогнозов и правильных управленческих решений (ПК-20);
 - готовность к участию в научных исследованиях социально-культурной деятельности по отдельным разделам (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками (ПК-21);
 - готовностью к участию в опытно-экспериментальной работе по сбору эмпирической информации, проведению экспериментальных мероприятий и диагностике их педагогической эффективности (ПК-22);
 - готовностью к участию в апробации и внедрении новых технологий социально-культурной деятельности (ПК-23);
- проектная деятельность:
- готовностью к участию в разработке и обосновании проектов и программ развития социально-культурной сферы (ПК-24);
 - способностью проектировать социально-культурную деятельность на основе изучения запросов, интересов с учетом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных различий групп населения (ПК-25);
 - способностью к комплексной оценке социально-культурных проектов и программ, базовых социально-культурных технологических систем (рекреационных, зрелищных, игровых, информационных, просветительских, коммуникативных, реабилитационных) (ПК-26).

Критерии оценки при проведении итоговой (государственной итоговой) аттестации:

«ОТЛИЧНО» Студент показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, экономических методов исследования и сферу их применения, раскрывает основные понятия и категории финансов, анализирует их с точки зрения возможностей практической реализации и

научного исследования. Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплинам, включенным в итоговый государственный экзамен по направлению, но и видит междисциплинарные связи, демонстрирует способность применения теоретических знаний при решении практических заданий. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком, четко излагает материал, аргументировано формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению финансовый инструментарий исследований, законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы членов комиссии отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.

«ХОРОШО» Студент показывает достаточный уровень компетентности, знания лекционного материала, учебной и методической литературы, экономических методов и практики их применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает экономические методы и практическую базу их применения, но при ответе допускает несущественные погрешности. Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, приемами научного исследования, имеет представление о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые членами экзаменационной комиссии, не вызывают существенных затруднений.

«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» Студент показывает достаточные знания учебного и лекционного материала, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Студент владеет практическими навыками, приводит из реальной практики, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные комиссией вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.

«НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» Студент показывает слабые знания лекционного материала, учебной литературы, статистических методов и практики их применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на 50 % дополнительных вопросов, поставленных членами комиссии. При ответе допускает 2-3 существенные ошибки.

Раздел 1. Теория и история социально-культурной деятельности

1.1 История социально-культурной деятельности

Изменение при Петре I социокультурных ориентаций российского общества, секуляризация и европеизация русской культуры. Масштабность петровских реформ, охватывающих разные стороны социокультурного пространства. Создание новых социокультурных институтов. Утверждение образования как общественно значимой ценности. Установление зависимости социального статуса человека от личных качеств, а не от родословной. Специализация образования, появление первых школ-политехникумов. Единство академической науки и образования. Академия наук и университет с гимназией в её составе. Досуг как область государственного регулирования. Ассамблеи («Вольные собрания для забавы и дела») – школа галантного общения и светского поведения. Петровский мир смеховой культуры («Сумасбродный, всешутейший и всепьянейший собор»).

Идеология Просвещения как мировоззренческая основа просветительской деятельности в России XVIII в. Екатерина Великая – проводник либеральных европейских ценностей. Новый правовой и имущественный статус дворян. Нравственный кодекс дворянина. Журналистика как механизм просвещения. Просветительская деятельность Н.И. Новикова. Опыт создания «новой породы людей». Система учебных заведений. Женское образование. Смольный институт благородных девиц. Воспитательные дома. Развитие музеев, театров, библиотек, клубов. Эрмитажные собрания и забота Екатерины Великой об имидже России.

Мировоззренческие истоки декабристского движения. Декабристы – участники тайных обществ, сторонники кардинальных преобразований общественного уклада. Приоритет гражданских ценностей и служения Отчизне. Влияние на декабристов романтизма как доминирующего направления искусства начала XIX в. – идеал свободы и вольности. Поведенческая модель декабристов. Ранние преддекабристские организации: офицерские артели, Орден русских рыцарей, кружки. Просвещённое общественное мнение – движущая сила прогресса и революционных преобразований. Агитационная работа декабристов среди солдат. Школы взаимного обучения (ланкастерские школы). Просветительская деятельность декабристов в Сибири. Каторжная академия. Библиотеки. Распространение естественнонаучных и ремесленных знаний среди местного населения. Хозяйственное освоение Сибири. Нравственный подвиг жён декабристов. Роль декабристов в становлении гражданского самосознания.

Николай I и официальная идеология православия, самодержавия и народности. Западничество и славянофильство как реакция на новую правительственную идеологию. Влияние Московского университета на формирование независимой мысли. Западничество – движение, отстаивающее необходимость европеизации России, начатой Петром

(конституционно-монархическая форма правления, отмена крепостного права, свобода слова, печати). Кружки Н.В. Станкевича, А.И. Герцена, В.Г. Белинского, кружок редакции «Современника».

Славянофилы – оппоненты западников. Концепция особого характера русского исторического процесса, критика европейского рационализма, индивидуализма. Программные положения славянофилов: православие, соборность; культ общины и семьи. Изучение и собирание русского народного творчества. Субботы С.Т. Аксакова, студенческий кружок П.Н. Рыбникова (будущего собирателя фольклора), кружок молодой редакции «Москвитянина». Совместные заседания западников и славянофилов.

Либеральные реформы «сверху» и активизация социокультурных инициатив. Отмена крепостного права. Положение о земствах как органах местного самоуправления. Реформы в сфере образования. Особый статус вузов. Концепция школьного классицизма. Ограниченность круга внешкольных мероприятий. Особая социокультурная миссия литературы и искусства. Роман Н.Г. Чернышевского «Что делать?» и коммуны 1860-х гг., возникновение артелей (ремесленных, технических, художественных). Товарищество передвижных художественных выставок. Теория «неоплатного долга» интеллигенции перед народом. Пропагандистское движение народничества. Теория «малых дел». Хождение в народ (бродячие пропагандисты и оседлая жизнь в деревне). «Деревенщики» и политические организации заговорщиков («Чёрный передел», «Народная воля»). Крах народнической просветительской утопии.

Эпоха русского культурного ренессанса. Возникновение элитарных культурных движений в области религиозной философии, искусства, литературы. «Башня» Вяч. Иванова, салон Д.С. Мережковского и З.Н. Гиппиус. Художественное объединение и журнал «Мир искусства». Продвижение отечественного искусства за рубежом – «Русские сезоны» С.П.Дягилева. Появление новых культурно-досуговых форм: кабаре, ресторан «Вена» – творческая лаборатория петербургской богемы. Просветительство в системе внешкольных учреждений и внешкольного образования. Система народного образования. Развитие художественной самодеятельности. Формирование массовой культуры как характерная социокультурная тенденция Серебряного века.

Благотворительность, меценатство, спонсорство. Общие и отличительные черты. Социальное призрение. Благотворительность и милосердие как проявление российского менталитета. Субъекты благотворительной деятельности – заводчики, промышленники, купцы. Знаковые имена. Князья Тенишевы. Мотивы благотворительности в дореволюционной и современной России. Виды благотворительной деятельности. Непрерывность традиции коллекционирования в России. Проблема правовой основы благотворительности.

1.2 Теория социально-культурной деятельности

Социально-культурная деятельность – это общественно значимая

деятельность по созданию, освоению, сохранению, распространению и дальнейшему развитию ценностей культуры. Соотношение понятий «социально-культурная деятельность» и «культурно-досуговая деятельность». Субъекты социально-культурной деятельности. Средства, формы и методы социально-культурной деятельности. Функции социально-культурной деятельности.

Различие подходов к типологии социокультурных институтов. Функции социокультурных институтов: сущностные (культуротворческие, социализирующие) и прикладные. Учреждения социально-культурной сферы как среда реализации социокультурных технологий. Образовательно-воспитательные, научно-просветительные, культурно-досуговые и др. учреждения. Модели государственного управления социально-культурной системой. Либерально-демократическая и тоталитарная модель. Общественно-государственная стратегия управления учреждениями культуры.

Раздел 2. Основы культурной политики

Сущность культурной политики (понятие, субъекты, ресурсы, средства, механизмы реализации). Цели и задачи культурной политики. Основные этапы становления и развития культурной политики в России. Специфика культурной политики России как отражение федеративного государственного устройства. Функции органов местного самоуправления в стратегии социокультурного управления. Специфика культурной политики России как отражение федеративного государственного устройства. Конституционные основы законодательства РФ в сфере культурной политики. Федеральное законодательство РФ в сфере культурной политики

Понятие стратегии социокультурного развития. Региональные стратегии социокультурного управления. Разделение функций между центром и регионами в программировании, планировании социокультурных процессов. Децентрализация государственного управления в России и специфика региональных и местных органов власти как самостоятельных субъектов культурной политики, их структура и функции.

Государственное устройство и политическая система. Классификация политических систем. Модификации политического устройства России как фактор культурной динамики. Государственная идеология в контексте культурной политики. Культура как средство политической идеологии и пропаганды.

Объекты оперативного управления культурой (культуропроизводящие и культуросохраняющие институты) и объект культурной политики в целом (общенациональная стратегия развития и сохранения культуры). Субъекты культурной политики Российской Федерации и их функции в стратегии социокультурного управления. Роль общественных советов, фондов, политических партий, негосударственных организаций, их взаимодействие с органами государственной, региональной и местной власти.

Модели культурной политики как факторы структурирования социокультурного пространства. Характеристика моделей культурной политики: социостатическая, социодинамической, либеральной государственной, национально-освободительной, переходного периода, рыночно ориентированной.

Раздел 3. Народная художественная культура

Народная художественная культура в структуре культуры общества. Традиционные формы народной художественной культуры: исторический фольклор, неофольклор. Современная структура народной художественной культуры: фольклор, бытовое любительское творчество, художественная самодеятельность, декоративно-прикладное искусство. Родовые определения, сложившиеся в народной культуре: традиционность, устность, коллективность, вариативность. Функции народной художественной культуры.

Миф как характерное для первобытного сознания синкретическое отражение действительности в виде чувственно-конкретных персонификаций и одушевлённых существ. Фольклор как самый богатый источник изучения древнеславянской мифологии, не исключая искажения мифа, ставшего основой для появления заговоров, обрядовых песен, сказок, былин и других видов и жанров фольклора. Своеобразие восточнославянской мифологии. Традиционное деление мифологии на высшую и низшую. Ритуал как форма символического поведения и коммуникативная структура в народной культуре. Классификация ритуалов: семейные, календарные, обряды хозяйственного цикла, окказиональные.

Определение историческая динамика развития фольклора. Типы фольклора: архаический фольклор, классический (традиционный) фольклор, современный (нетрадиционный) фольклор. Фольклор как форма деятельности, предшествующая искусствам (музыкальный, театральный, хореографический фольклор). Бытовое любительское творчество. Художественная самодеятельность в структуре народной культуры. Становление и развитие понятия «художественная самодеятельность». Жанрово-видовая структура современной художественной самодеятельности. Традиционное декоративно-прикладное искусство.

Народное мировоззрение и народные верования в обрядово-праздничной культуре. Понятие «праздник». Деление народных праздников на аграрно-календарные и семейно-бытовые. Принципы структурного построения земледельческого календаря: группировка праздников по важнейшим астрономическим датам. Элементы обрядности (угощения и пиры, жертвоприношения, ряженьё, изготовление чучел и кукол, веселье и излишества). Основные праздники крестьянского календаря. Генезис, социальное назначение и функции семейно-бытовой обрядности. Основные циклы семейных обрядов: родильно-крестинный, свадебный и похоронно-поминальный.

Раздел 4. Социально-культурная деятельность за рубежом

4.1 Научно-теоретическое обеспечение и содержательные аспекты деятельности социально-культурных институтов за рубежом

Социально-культурная работа в англоязычных странах. Историко-философские основания восприятия досуга как фактора рекреации и явления культуры. История досуга в США и Великобритании. Государственная политика США и Великобритании в сфере досуга. Современная социокультурная ситуация и проблемы культурной политики в США и Великобритании ("культурная элита", молодежные субкультуры, культура "черной Америки"). Теория "американской исключительности" в исторической мысли США. Государственная политика США и Великобритании в сфере досуга. Социально-экономические факторы развития культурно-досуговой сферы англоязычных стран: современное состояние и прогнозирование. Реализация педагогического потенциала досуга: законодательная база развития досугового бизнеса, принципы общественно-государственной политики в области молодежного досуга.

Кадровое обеспечение социально-культурной работы. Виды деятельности социально-культурного работника: педагогическо-организаторский, управленческий аспект, социально-психологический аспект, анимационный. Основные функции работника социально-культурной сферы: помощь в социально-психологической адаптации различных категорий населения, помощь в профориентационной адаптации, организация культурно-просветительской и досуговой деятельности различных категорий населения. Образование в культурно-досуговой сфере. Обязательные качества работника социально-культурной сферы за рубежом: личные качества, профессиональные качества.

Социально-культурная деятельность и ее связь с социальной защитой населения. Социальная помощь и ее особенности в различных странах. Субъекты социально-культурной деятельности за рубежом: государство, общественные организации, религиозные организации, коммерческий сектор досуговых учреждений. Роль церкви как социально-культурного института в поддержании политики мира и добрососедства.

4.2 Новые технологии в социально-культурной сфере за рубежом

Музей в социально-культурной сфере. Ведущие направления и принципы деятельности музеев с различными группами населения по развитию интеллектуально-познавательной сферы. Современные технологии в музеях различных типов: естественнонаучных, художественных, историко-литературных. Новые информационные технологии в музейно-выставочной деятельности: виртуальные музеи, сетевые музеи.

Библиотеки как центры досуговой деятельности детей и взрослых. Ведущие направления и принципы деятельности библиотек. Современные технологии в библиотечном деле – виртуальные библиотеки.

Досуг как сфера формирования экологической культуры. Специфика

деятельности парков по организации досуга подрастающего поколения. Типы рекреаций (парки, заповедники, пляжи, кемпинги, курортные комплексы, лагеря). Инновации в сфере рекреационных услуг парков. Новые тематические парки: Диснейленд, Киномир Уорнер Бразерс, Лайон Кантри Сафари, Волшебная гора, парк тоталитарного искусства. Вакационные парки и проблемы подлинности современного культурного туризма.

Киноиндустрия и системы виртуальной реальности в социально-культурной сфере. Использование электронно-компьютерных средств (мультимедиа, системы виртуальной реальности) в различных областях культурно-досуговой деятельности: новые технологии в индустрии звукозаписи, шоу-программ, игорном бизнесе. Система кинопроката: мультиплексы как перспективное направление развития киноиндустрии. Технология блокбастеров: организация, экспозиционные решения, инсталляции, условия финансовой эффективности. Психологические и социальные аспекты виртуальной реальности.

Технологии социально-культурной деятельности: технологии информационно-познавательной и просветительной деятельности, технология организации самодеятельного творчества и любительских объединений, технологию организации отдыха и развлечений.

Методы социально-культурной работы: методика организации досуга детей и подростков, методика организации молодежного досуга, методика семейного досуга, методика организации досуга лиц среднего и пожилого возраста, методика организации досуга для лиц с ограниченными возможностями и инвалидами. Формы социально-культурной деятельности: массовые формы работы (театрализованные представления, фестивали, аукционы, праздники, олимпиады); групповые формы работы (кружки, диспуты, любительские объединения и клубы по интересам, круглые столы, конференции); индивидуальные формы работы (занятость в секциях, беседы, консультации, занятия в кружках).

Позиция государства в сфере финансирования и управления культурно-досуговым комплексом. (США, Великобритания, Финляндия, страны Центральной и Восточной Европы). Налоговая политика в культурно-досуговой сфере. Институты управления в культурно-досуговой сфере. Культурная политика Европейского Союза (фандрайзинг и менеджмент социально-культурных проектов).

Раздел 5. Технологии менеджмента социально-культурной деятельности

5.1 Социально-культурная сфера как объект управления

Особенности и специфика менеджмента социально-культурной сферы. Теоретико-методологические основы изучения деятельности. Структура деятельности. Социально-культурная сфера как система управления. Характеристика объекта и субъекта управления в социально-культурной сфере. Условия формирования социокультурного менеджмента. Основные

компоненты менеджмента социально-культурной сферы: организационно-административный; экономический; работа с персоналом; информационный (Г.Л.Тульчинский).

Социально-культурный менеджмент как компонент культурной политики государства. Сущностные составляющие управления социокультурной сферой: прогнозирование и проектирование основных тенденций культурных процессов; создание политических и экономических условий саморегулирующих и саморазвивающихся процессов; государственных гарантий защиты культуры; создание нормативно-правовой базы и внедрение новых научных технологий.

5.2 Специфика менеджмента организаций социально- культурной сферы

Характеристика типовых черт организации: отделение от внешней среды; совокупность целей, иерархически связанных между собой; определенные обязанности членов организаций по реализации общих целей; наличие норм и ценностей, координирующих корпоративное поведение; формальная координация взаимодействие работников; наличие структуры организации.

Наличие обязательных компонентов организации: уставные цели и задачи; составные элементы структуры организации /подразделения/; распределение функций между подразделениями; внешняя и внутренняя среда организации; система управления; используемые ресурсы. Особенности организаций социокультурной сферы как организаций открытого типа. Особенности взаимодействия с различными социально-демографическими группами и аудиториями окружающей социальной среды. Классификация групп и аудиторий организаций социально-культурной сферы.

Специфика творческих организаций: открытые каналы коммуникации; наличие устойчивых контактов с внешними источниками; отсутствие четких границ между структурными подразделениями организации; децентрализация; нечеткое определение трудовых обязанностей, отсутствие жесткого контроля.

Классификация социально-культурной сферы по направлениям деятельности: культурно-досуговые организации/учреждения; рекреационно-досуговые организации/учреждения; музейно-выставочные организации/учреждения; концертно-зрелищные организации/учреждения; театральные учреждения; спортивно-оздоровительные организации/учреждения; социально-защитные учреждения и организации.

5.3 Организационная культура в структуре менеджмента социально-культурной сферы

Типовая классификация организационной культуры: клановая, рыночная, бюрократическая, адхократическая и т. д. Объективная и субъективная организационная культура. Сущность субъективной организационной культуры. Взаимосвязь культуры организации с

внутренней средой. Ценности и нормы как основные компоненты организационной культуры. Значение мифов, легенд, обрядов и ритуалов в организации.

Взаимосвязь внешней среды с уровнем развития объективной организационной культурой. Роль местонахождения учреждения культуры, расположения, состояния здания, эстетическое восприятие артефактов и степень информатизации. Сущность понятий «сильная» и «слабая» организационная культура.

Структура организационной культуры – организационная окружающая среда. Фирменный стиль организации: архитектурный дизайн, информационный дизайн. Понятие «имидж» и его значение в организационной культуре. Деловая репутация организации. Понятие «бренда» в организациях социально-культурной сферы.

Внутренняя организационная среда. Личностные ценности сотрудников и организационные ценности учреждения. Кодекс трудового поведения. Деловой облик сотрудников. Значение миссии в структуре организационной культуры.

5.4 Мотивация как основа персонал-технологий социокультурного менеджмента

Особенности управления персоналом в социокультурном менеджменте. Этапы становления и развития теории мотивации в классическом менеджменте: Э. Мэйо, М. Фоллет, Ф. Герцберга, Д. Мак-Клелланда, В. Врума и др. Потребности как основа мотивации. Соотношение понятий: «мотив», «мотивация», «мотиваторы».

Содержание и сущность основного понятия «мотив». Индивидуально-личностный подход к применению теории мотивации в учреждениях социально-культурной сферы. Проблемы демотивации в персонал-технологиях. Основное понятие «мотиваторы». Специфика в работе с персоналом через систему мотиваторов.

Аттестация персонала. Повышение квалификации и обучение персонала.

5.5 Персонал-технологии в системе социокультурного менеджмента

Факторы влияния на формирование мотивов. Социально-демографические факторы. Гендерные проблемы мотивации. Проблемы возраста и мотивационные факторы. Бумеры, поколения «X» и «Y» (Д.Дипроуз). Образование и система обучения сотрудников. Значение статусно-ролевой ориентации сотрудника.

Нравственно-этические факторы мотивации. Проблема конфликтов, стрессов и напряжения. Межличностная коммуникация. Этика трудовых взаимоотношений и ее влияние на мотивацию.

Социально-культурные факторы. Концепции, смыслы, стратегии, нормативно-ценностные системы личности и организации. Проблема «совпадений» и «отторжений» в процессе мотивации. Ситуативные и

постоянные факторы.

Индивидуально-личностный подход к применению теории мотивации в учреждениях социально-культурной сферы. Проблемы демотивации в персонал-технологиях. Основное понятие «мотиваторы». Специфика в работе с персоналом через систему мотиваторов. «Карта мотиваторов» как условие при подборе и расстановке сотрудников в организациях.

5.6 Основные технологии планирования деятельности учреждений социально-культурной сферы

Сущность и содержание понятия «планирование». Планирование как определенная функция менеджмента. Соотношение понятий «цель» и «план». Стратегическое планирование деятельности учреждений социокультурной сферы. Характеристика понятия «стратегия мышления». Стратегические цели и ценности организации. Ценности и цели организации как основа миссии. Общие понятия о миссии организации. Типология миссий. Специфика миссии учреждений социально-культурной сферы. Технология разработки миссии организации.

Виды планов учреждений культуры. Тактические планы. Технология разработки тактических планов. Характеристика планов-графиков. Технология разработки сетевого планирования учреждения.

Значение бизнес-планов в деятельности учреждений социально-культурной сферы. Общие понятия о бизнес-планировании. Сущность технико-экономического обоснования бизнес-плана. Технология разработки бизнес-плана.

5.7 Коммуникационные технологии менеджмента социокультурной сферы

Коммуникационные технологии как способы, средства и методы выстраивания делового взаимодействия. Речевая деятельность как основа коммуникации. Функции речевой деятельности: целеполагания; нормативная; результативная; контролирующая; эвристическая; интегративная и идентификационная.

Структура делового общения в процессе взаимодействия: установление эмоционально-психологического контакта (вступление); рабочий контакт (основное содержание речи); проверка эффективности контакта (заключение).

Этапы подготовки публичного выступления: докоммуникативный; предкоммуникативный; коммуникативный; посткоммуникативный. Структура и содержание речи как композиционно-логическое единство элементов публичного выступления. Методы логической организации выстраивания материала в деловой речи: дедукция; индукция; ступенчатый; концентрический; хронологический или исторический.

Диалогические формы делового общения: деловые беседы; научно-практические и научно-теоретические конференции; круглые столы, диспуты; дискуссии; дебаты; прения; полемика; семинары и т.д. Диалог как общение равноправных партнеров. Субъектно-субъектные отношения

участников коллективной речевой деятельности – основной принцип делового общения.

Публичное выступление как искусство монолога. Классификация публичных речей по критерию целевой установки; информационные; воодушевляющие; убеждающие; агитационные; развлекательные (П. Сопер).

Этика делового эффективного взаимодействия. Язык жестов в деловом разговоре. Организация пространственной среды делового общения.

5.8 Технологии предпринимательства и экономического обеспечения социокультурной сферы

Уровни взаимоотношений культуры и экономики. Три сектора экономического обеспечения социально-культурной сферы: государственный, коммерческий и общественный. Экономические механизмы государственного финансирования: бюджет, дотации, субсидии.

Особенности предпринимательской деятельности учреждений социально-культурной сферы. Характеристика маркетингового рынка социально-культурной сферы. Факторы, влияющие на потребителя в социокультурной сфере. Принципы сегментации рынка. Специфика социокультурного маркетинга.

Спонсорство как экономический механизм социокультурного менеджмента. Мотивация бизнеса в спонсорстве. Характеристика современного меценатства, патронажа. Благотворительность и её традиции в России. Принципы благотворительности.

Раздел 6. Технологические основы социально-культурной деятельности

6.1 Мастерство технолога социально-культурной деятельности

Технология как система управления социокультурными процессами. Общие, функциональные и дифференцированные технологии. Культуроцентрические и педагогические технологии. Макротехнологии и микротехнологии социально-культурной деятельности. Критерии технологичности. Первичные и вторичные функции социокультурных технологий. Базовые технологические системы в социально-культурной деятельности: информационно-просветительская, культуротворческая, рекреативно-игровая, театральнo-зрелищная.

Досуг как ведущая сфера социально-культурной деятельности. Бюджет времени и его структура. Содержательный аспект свободного времени. Концепции досуга. Функции досуга. Аксиологическая система досуга. Праздничное миропонимание. Субъекты организации досуга. Коллективные и индивидуальные формы досуга. Проблема организации досуга молодёжи и людей третьего возраста. Методика формирования культурно-досуговых программ (включая игровые элементы, тематические номера).

6.2. Менеджмент и маркетинг общественных объединений

6.2.1 Признаки, классификация, идеология, практика общественных объединений

Признаки общественного объединения как субъекта социально-культурной деятельности. Коллективный характер действий или инициатив. Единство ценностных ориентаций. Коллективная идентичность. Наличие социально-психологической оппозиции, внутреннего и внешнего этоса. Организационное оформление.

Классификация и характеристика деятельности общественных объединений. Типология объединений по организационно-правовому статусу, по радиусу действия, по содержанию проблемного поля и объекту интереса, по характеру отношения к официальной культуре, по структуре мотивации участников. Признаки некоммерческой общественной организации.

Тенденции развития самодеятельных объединений. Общественные объединения историко-культурной, экологической, политической направленности. Общественные объединения в сфере художественной и духовно-нравственной культуры.

6.2.2 Социально-культурные функции общественных объединений

Функции общественных объединений по отношению к культуре: оптимизация процессов сохранения и изменения (ценностей, норм, идеалов, стилей жизни). Компенсаторная природа социально-культурного творчества. Функции общественных объединений по отношению к личности: функция социальной интеграции; функция индивидуализации (признания, самоутверждения); функция смыслоориентации; социально-культурное творчество как средство самореализации личности.

6.2.3 Общественные объединения как институт гражданского общества

Социальная и личностная значимость (функции) «третьего сектора». Характеристика роли третьего сектора в России. Значение третьего сектора в социально-экономических преобразованиях, формировании гражданского общества.

Социальное партнерство в «третьем секторе» как ресурс его развития. Понятие социального партнерства. Структура социального партнерства: социальная проблема, интересы партнеров, правила взаимодействия, реализация проектов. Социальное партнерство как средство консолидации и привлечения ресурсов. Алгоритм реализации социального партнерства. Социальное партнерство как форма взаимодействия с государством и бизнесом. Формы социального партнерства. Добровольная деятельность как ресурс развития общественных объединений. Механизм привлечения добровольцев.

Содержание и проблемы нормативно-правового и организационно-экономического обеспечения деятельности общественных объединений. Специфика социальной регуляции (предупреждение, устранение и минимизация социальных факторов, вызывающих отклоняющиеся формы деятельности общественного объединения путем воздействия как на среду, так и на саму общность). Технологическое обеспечение функции

представительства и посредничества. Специфика программирования деятельности общественного объединения (разработка концепции, устава, программы деятельности. Условия социально-психологического и социально-педагогического регулирования общественного объединения).

Технология проектирования деятельности общественного объединения. Проектный подход как средство концептуального управления деятельностью общественного объединения и привлечения ресурсов. Основы проектирования маркетинговых форм деятельности общественного объединения: технологии, виды, цели, аудитория. Способы и технологии воздействия на общественное мнение. Проектирование общественных акций и кампаний. Виды акций и кампаний: просветительская, образовательная, благотворительная, фандрайзинговая, политическая, рекламная, информационная, PR-кампания. Формы работы общественного объединения с социальной средой как направление маркетинговой деятельности (публик рилейшенз, социальная реклама). Политический маркетинг общественных объединений (виды политических технологий; этапы проектирования избирательных кампаний).

Фандрайзинг как маркетинговая технология общественных объединений. Идеология и технология фандрайзинга. Этапы разработки и реализации фандрайзинговых программ. Формы проведения фандрайзинговой кампании. Условия получения гранта из фондов и бюджета для реализации проектов общественного объединения. Технология разработки заявки на финансирование. Структура и особенности формирования спонсорского пакета.

6.2.4 Общественное движение как социально-культурное явление.

Виды общественных движений. Социально-культурные и социально-психологические факторы возникновения и развития общественных движений: характер социального контроля (закрытая или открытая политическая система); радикализм общественного сознания; кризис социализации и разрушение традиционных механизмов культурной преемственности; дезинтегрированность культуры (аномия); персонифицированность ценностей социальной группы; наличие личностных проблем и потребностей, удовлетворение которых человек связывает с участием в деятельности общественного движения. Этапы развития общественного движения. Задачи и технологии менеджмента общественных движений (расширение социальной базы; разработка и оформление идеологии; формирование солидарности; освоение репертуара коллективных действий и форм организации совместной деятельности; формирование позитивного общественного мнения). Репертуар коллективных действий общественного движения: специфика, формы, методика организации). Социально-педагогическая регуляция деятельности общественных движений.

6. 3. Основы социально-культурного проектирования

6.3.1 Проектирование как вид деятельности и составляющая социально-культурных технологий

Проектирование как технология создания нормативной модели ситуации и коммуникативных способов ее реализации. Области применения, проблемное поле и возможности социально-культурного проектирования (менеджмент, маркетинг, реклама, PR). Мировоззренческая и технологическая составляющие проектирования. Проблемно-целевая ориентация как ведущий принцип проектной деятельности. Уровни социально-культурного проектирования (целевые проекты, федеральные и региональные программы).

Виды проектирования. Задачи и технологии анализа ситуации. Критерии выявления и характеристики аудитории проектов (социально-демографические и психолого-поведенческие основания характеристики социальных категорий; психологический тип личности как критерий определения целевых групп; социально-культурные критерии формирования и характеристики аудитории проекта). Целеполагание как этап проектирования. Инструментальное оснащение проекта: форма реализации, методы, технологии. Предмет социально-культурной коммуникации как средство проектного изменения ситуации. Ресурсное обеспечение проекта.

Инновационность и универсальность проектной деятельности. Коммуникативный характер социально-культурного проектирования. Этические аспекты проектирования. Основные характеристики проекта: нормативность, многоадресность, альтернативность проектных решений.

6.3.2 Этапы и технологии социально-культурного проектирования (понятие и структура ситуации, технология анализа)

Сущность и технология проблемно-целевого анализа. Понятие ситуации и ее основные составляющие. Социально-культурная среда и сферы жизнедеятельности как элемент анализа ситуации и области проектной деятельности. Методы анализа ситуации. Проблема как единица анализа ситуации (понятие, классификация, технология анализа). Содержание понятий “проблема”, “социально-культурная проблема”, “личностная проблема”. Типология проблем: по сферам проявления, уровням жизнедеятельности, радиусу действия (локализации), актуальности, причинно-следственной зависимости. Характеристика ситуации и целевое обоснование проекта. Социально-культурные проблемы и приоритетные области проектирования. Содержание социально-культурных проблем и варианты проектных решения.

Методология и технология референтации в разработке маркетинговых проектов: области применения и технологические возможности референтации; жизненные стратегии и референтные образы (идентификационные объекты); социально-культурные особенности механизма референтации. Технология позиционирования как основа разработки маркетинговых программ. Основания позиционирования предмета маркетинговой коммуникации: функциональные преимущества, социально-статусные свойства, культурно-символические ценности. Категоризация как технология формирования целевой группы с заданными

параметрами ценностей, стереотипов поведения и стандартов потребления.

Характеристика маркетинговой ситуации (анализ рынка предложений; характеристика проблем и ресурсов рекламодателя). Выявление и характеристика аудитории (целевых и контактных групп). Определение целей и задач рекламной кампании. Разработка стратегии рекламной кампании (форма рекламной акции, средства и предмет маркетинговой коммуникации, способы его позиционирования). Проектное обоснование основных рекламных акций (технология оформления сценарной заявки и разработки макета рекламы). План проведения рекламной кампании. Бюджет рекламной кампании.

Характеристика сферы деятельности и характера будущей организации (включая ее организационно-правовой статус). Анализ маркетинговой среды. Обоснование рыночной стратегии организации (по отношению к конкурентам и целевым группам; разработка номенклатуры услуг). Социальная философия организации (миссия организации; принципы и приоритеты развития; стратегические цели и задачи; программа формирования имиджа). Обоснование комплекса маркетинговых мероприятий (определение имиджевых потенциалов организации и способов ее позиционирования; ценовая политика; стратегия рекламной деятельности; стратегия PR-акций). Организационная модель организации (вертикальная и горизонтальная структуры; функции и задачи подразделений; основные должностные единицы – компетенция, функции, технологии). Программа адаптации (оценка потенциальных угроз; выработка способов и вариантов противодействия и эффективной адаптации к изменениям внешней среды; характеристика благоприятных для развития возможностей).

Виды акций по целевой установке: рекламные, пиаровские, воспитательные, фандрайзинговые, благотворительные, зрелищно-развлекательные; информационно-аналитические; познавательные (конференции, семинары); коммуникативные акции (конгрессы, тематические круизы и т.д.). Алгоритм проектного обоснования акции: характеристика проблем и ресурсов инициатора организации; цели, задачи; аудитория; форма и вид акции; основные события; сценарный план проведения.

Виды региональных программ. Понятие “регион” в контексте проектирования. Культура как объект регионального проектирования: содержание понятия. Специфика отраслевого и территориального подхода к культуре как объекту проектирования. Средовый подход как технология и ресурс социокультурного проектирования. Проблемное поле проектирования на региональном уровне. Структура и логика формирования концепции развития культурной жизни территории. Этапы разработки программ развития туризма. Составляющие историко-культурной самобытности территории и возможные сценарии ее развития в рамках региональной программы. Сущность, содержание, задачи и методы диагностического; нормативно-прогнозного; социально-проектного; проектно-планирующего;

исполнительско-внедренческого и контрольно-коррекционного этапов регионального проектирования. Этапы реализации региональных программ.

6.3.3 Финансирование социально-культурных программ

Источники финансирования. Специфика конкурсного финансирования программ (условия получения средств, критерии оценки). Бюджетное финансирование программ (условия и механизмы получения средств, структура заявки). Фонды как источник финансирования программ (условия получения средств, структура и технология оформления заявки на получение гранта). Коммерческий сектор как источник финансирования программ (стратегия и тактика взаимодействия со спонсорами, условия получения средств). Технология разработки программ фандрайзинга.

Раздел 7. Ресурсная база социально-культурной деятельности

Ресурсная база как совокупность основных компонентов, необходимых для производства конкретного культурного продукта, культурных благ или услуг. Характеристика составляющих (компонентов) ресурсной базы социально-культурной деятельности: нормативные, кадровые, финансовые и материально-технические ресурсы. Другие компоненты ресурсной базы социально-культурной деятельности: организационно-управленческие, организационно-технологические, информационно-методические и морально-этические ресурсы социокультурной сферы. Позитивные рыночные характеристики организации социокультурной сферы (опыт, конкурентное преимущество, имидж, деловая репутация предприятия, организационная культура) как один из компонентов ресурсной базы.

Сущность понятия нормативно-правового поля как совокупности действующих нормативных и правовых документов, закрепляющих и регулирующих процесс социально-культурной деятельности на федеральном, региональном (субъектно-федеративном) и муниципальном, местном уровнях.

Характеристика законодательной базы социально-культурной деятельности на международном, федеральном и местном уровнях.

Международные документы, защищающие права взрослых и детей во всех сферах жизни, в том числе и в социокультурной.

Федеральные законы, регулирующие организацию социально-культурной деятельности.

Законодательство на региональном уровне. Местное самоуправление и организация социокультурной деятельности. Муниципальные правовые акты.

Ведомственные документы инструктивного характера, направленные на совершенствование различных сторон организации социально-культурной деятельности.

Нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность учреждений и организаций социокультурной сферы. Положение и устав учреждения социокультурной сферы. Служебная документация социокультурных учреждений.

Квалификационная характеристика специалиста как совокупность профессиональных требований, знаний, умений и навыков, реализуемых в процессе выполнения конкретных профессиональных обязанностей в социокультурной сфере.

Профессиональная компетентность специалиста социокультурной сферы как совокупность концептуальной, контекстуальной, технологической, адаптивной, коммуникативной, интегративной компетентностей.

Характеристика организационных способностей руководителя социально-культурного учреждения. Сущность, особенности и содержание кадрового менеджмента в социально-культурной сфере. Работа с персоналом в сфере культуры и кадровая политика.

Кадровые ресурсы социально-культурной деятельности как система принципов и структурных элементов: планирование, организация, мотивация и контроль.

Понятие финансово-экономических ресурсов социально-культурной деятельности. Источники формирования финансовой базы учреждений социокультурной сферы. Методы государственного финансирования социально-культурных учреждений. Программно-целевой принцип финансирования учреждений социокультурной сферы. Три уровня бюджетного финансирования: федеральный, региональный, муниципальный. Собственные источники финансирования социокультурных учреждений. Производственная деятельность социокультурных учреждений. Виды и направления предпринимательской деятельности учреждений социокультурной сферы. Привлеченные источники финансирования социокультурных учреждений: благотворительные, спонсорские средства, гранты, банковские кредиты. Международные и отечественные благотворительные фонды и их роль в финансировании культурно-досуговых проектов и программ. Фандрайзинг как поисковая деятельность по привлечению средств для реализации социально-культурных проектов.

Материально-технические ресурсы социокультурной деятельности как совокупность орудий труда и предметов, имеющих материальную природу и необходимых для достижения целей и задач социально-культурной деятельности. Разновидность материально-технических ресурсов: основные фонды, оборотные средства и, иные ценности, стоимость которых отражена на их самостоятельном балансе. Основные фонды как разновидность ресурсов, составляющих материально-техническую базу социально-культурной деятельности, их классификация. Источники формирования материально-технической базы социально-культурных учреждений. Формы собственности на недвижимость в сфере культуры: государственная, общественная (партийная, профсоюзная и др.), акционерная и частная. Возможность приватизации памятников истории и культуры и особенности их эксплуатации.

Морально-этический ресурс как совокупность принципов, норм и требований, определяющих согласованность профессионально-нравственных

позиций, норм общения и поведения участников социально-культурной деятельности. Социальная, жизненная, политическая, профессиональная позиция специалиста социокультурной сферы. Категории долга, ответственности, совести, достоинства, чести – составляющие элементы моральной установки участников социокультурной деятельности. Категории блага, добра, зла, смысла жизни, счастья как «точки отсчета» их нравственно-ценностной ориентации. Категории идеала, добродетели, порока как критерии оценки проявления тех или иных нравственных качеств в их действиях и поступках. Профессионально-нравственный климат – необходимое и обязательное условие успешного функционирования социокультурных институтов и общностей. Содержание профессионально-этических принципов в практике участников социокультурной деятельности. Зарубежный и отечественный опыт кодификации норм поведения профессионалов и непрофессионалов, занятых в различных сферах и видах социально-культурной деятельности.

Раздел 8. Методология и методика научного исследования социально-культурной деятельности

8.1 Научное исследование. Этапы научно-исследовательской работы

Понятийный аппарат научного исследования. Классификация научных исследований. Этапы научного исследования и их содержание. Нормы научной этики: универсализм, беспристрастность, рациональный скептицизм. Методология науки как самостоятельная область исследования. Междисциплинарность как характеристика научного исследования социально-культурной деятельности.

8.2 Философские и общенаучные методы научного исследования

Понятие метода. Философские методы: диалектический и метафизический. Общелогические способы исследования: анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия. Формализация, конкретизация, моделирование. Общенаучные методы исследования: научное описание, системный анализ. Статистические методы исследования. Ошибки научного исследования.

8.3 Частные и специальные методы научного исследования

Специфика применения эмпирических методов в исследовании социально-культурной деятельности. Методология и методика социально-педагогической диагностики. Сущность, функции и принципы социально-педагогической диагностики. Опросные методы исследования. Социометрический метод изучения межличностных отношений в малой группе. Процедуры разработки социометрического опроса. Социограмма и матрица опроса. Социометрический метод в исследовании самодеятельных коллективов, социально-культурных общностей. Цели и функции социально-педагогической диагностики. Диагностика досуговых предпочтений разных

групп населения. Выбор методов получения информации в диагностическом исследовании.

8.4 Планирование научно-исследовательской работы

Подготовительный этап научно исследовательской работы. Выбор темы и обоснование актуальности исследования. Постановка целей и задач. Объект и предмет исследования как категории научного познания. Формулировка научной гипотезы. Типы гипотез: описательные, объяснительные, прогностические гипотезы. Требования к выдвижению гипотез: эмпиричность, общность, правдоподобность, конкретность, проверяемость. Виды гипотез: исходные (основные), гипотезы следствия (выводные).

8.5 Сбор научной информации

Поиск источников информации. Работа с литературой. Принципы реферирования. Сбор материала для исследования. Оформление и оптимизация материала. Виды анализа документальных источников: неформализованный (традиционный) и формализованный (контент-анализ). Документация культурно-досуговых учреждений как источник информации и средство анализа его деятельности. Качественный анализ документов. Контент-анализ как специфический метод изучения документальной информации. Понятие «единица счета» и «частота проявления признака-индикатора». Квантификация элементов содержания изучаемого явления. Возможности и границы использования метода контент-анализа в процессе исследования социально-культурной сферы: прессы, художественного репертуара, различных форм представления результатов научно-исследовательской деятельности, рекламы и т. д.

8.6 Общие требования к научно-исследовательским работам

Этика научного исследования. Общие требования к содержанию научной работы. Структура научно-исследовательской работы. Общие требования к оформлению научных работ.

Раздел 9. Арт-менеджмент

Понятие арт-менеджмент. Социальные функции арт-менеджмента. Организационно-практические аспекты арт-менеджмента. Художественный аспект деятельности арт-менеджера: определение «социального заказа» на арт-продукцию; замысел и работа над творческим проектом; поиск художественного образа проекта; выбор режиссера, творческих групп, отдельного артиста; создание имиджа артиста; работа над «легендой» группы, артиста и т.п. Аспекты деятельности арт-менеджера: художественный — определение социального заказа, работа над творческим проектом, художественный образ проекта; организационный — аренда помещений, расписание, распространение билетов и др.; маркетинговый — сегментация рынка, организация рекламной кампании, проведение презентаций и т. п.; финансовый — составление бизнес-плана, определение сметы, формирование бюджета, поиск спонсоров; нормативно-правовой —

изучение и оформление документов.

Виды деятельности арт-менеджера: администратор, антрепренер, руководитель, агент, персональный менеджер, бизнес-менеджер, промоутер (импресарио), продакшн-менеджер, режиссер, продюсер театров, театральных студий, концертных залов, концертных организаций. Специалисты кино - и фотостудий; студий аудио- и видеозаписи; ведущие местных, региональных и центральных каналов телевидения.

Профессиональные качества и аспекты деятельности арт-менеджера: художественный аспект, организационный аспект, маркетинговый аспект, финансовый аспект, нормативно-правовой аспект. Социально-психологические функции арт-менеджера.

История становления и развития шоу-программ.

Виды и жанры шоу-программ: телевизионные, уличные представления, программы спортивно-технической направленности, клубные программы различной направленности. Принципы построения шоу-программ. Этапы подготовки и разработки шоу-программ. Производство шоу-программы. Финансовое обеспечение проекта, составление бизнес-плана и разработка творческо-производственных показателей.

Музей в системе арт-менеджмента. Музейное дело и художественный рынок. Организационно-правовые основы музейного дела. Источники финансирования. Музейная экспозиция как предмет арт-менеджмента. Международная музейная деятельность. Галерея в системе арт-менеджмента. Специфика художественной галереи. Понятие, происхождение и значение термина «галерея». Функции галерей. Выбор направления художественной галереи. Организация пространства художественной галереи. Роль галерей в формировании цен на рынке искусства. Значение галереи в организации художественной жизни общества. Типология галерей. Галереи «большие». Галереи «малые». Формирование имиджа галереи. Источники финансирования галерейного дела. Средства собственные и привлеченные. Коммерческие и некоммерческие галереи. Организация рекламы художественной галереи. Принципы работы с художниками. Художественная галерея в интернете. Аукцион в системе арт-менеджмента. Происхождение и значение термина «аукцион». Системы аукционных торгов: принципы, правила и особенности. Правила проведения аукционных торгов: регистрация потенциальных покупателей, гарантии платежеспособности, этапы увеличения цены, комиссионные сборы, способы оплаты, варианты участия (личное, заочное, по телефону, по Интернету). Типология покупателей. История крупнейших аукционных домов: Christies, Sothebys, Philips и др. Опыт работы аукционных домов «Альфа-арт», «Гелос».

Гражданско-правовые и иные меры защиты авторских и смежных прав. Охрана интеллектуальной собственности. Развитие законодательства России об исключительных правах. Гражданский кодекс РФ, 4 часть о нормах авторского права и защите результатов интеллектуальной деятельности. Знак охраны авторского права (копирайт). Имущественные и неимущественные

права. Способы обеспечения иска по делам о нарушении авторских и смежных прав. Правила продажи отдельных видов товаров. Виды и содержание договорной документации на использование продукции арт-индустрии.

Раздел 10. Основы разработки КПД для детей и подростков

Детство как культурно-исторический феномен. Стили воспитания и принципы отношений между родителями и детьми в истории человечества (Л.Демоз). Взаимосвязь семьи и общества в процессе воспитания. Подлинное понимание детства (Р.Кемпбелл, Б.Спок, А.Фромм, Л.Пэрну) и стереотипы общественного сознания. Культурно-воспитательная деятельность как система формирования ценностно-ориентационного мира ребенка. Развитие базовых психосоциальных потребностей ребенка и решение его внутренних проблем (поиски себя, самореализация, как базовая цель воспитания). Специфика детского досуга: понятия "полудосуг"; "реальный и мнимый досуг"; досуг как "зона ограниченного влияния взрослых"; досуговые занятия, помогающие выбору профессии. Принципы и формы детского досуга. Социально-культурные институты, обеспечивающие досуг детей и подростков. Основные направления их деятельности. Место детства в социальной политике государства: Конвенция о правах ребенка, закон "Об образовании", Основные направления государственной социальной политики по улучшению положения детей в РФ, законопроект "Об основах государственной политики по защите прав ребенка", Федеральная программа "Дети России".

Специфика психофизического развития ребенка первого периода детства (3-6 лет): совершенствование физических навыков, интеллекта, речевой деятельности. Период активного расцвета воображения – первоосновы творчества. Новообразования "кризиса трех лет" (Э.Келер, Л.С.Выготский). Игра как ведущий тип деятельности дошкольников. Творческие и организационные игры как средство воспитания. Детское право в регулировании отношений детской среды. Взрослый человек (носитель определенных социальных функций) как предмет игры. Влияние взрослого человека на развитие личности дошкольника: эмоциональная зависимость ребенка от взрослого, притязания на признание взрослых, притязания на любовь. Влияние группы сверстников: притязания на признание сверстниками, взаимные оценки. Детский конформизм. Воспитательное воздействие детской среды. Типы досугового общения детей первого периода детства.

Психофизическое развитие ребенка второго периода детства (7-10 лет). Симптоматика "кризиса семи лет": потеря детской непосредственности, манерничанье, симптом "горькой конфеты". Предшкольный синдром. Изменения психики: переход к операциональному мышлению, децентрации, познавательный характер памяти, сосредоточение на малоинтересных вещах. Изменения мотиваций и поведения. Самооценка ребенка. Продуктивность

высокой самооценки (М.И. Лисина). Досуг младших школьников. Стратегии приобщения ребенка к ценностям культуры. Развитие интересов на фоне широкого круга увлечений. Специфика культурно-воспитательной работы с младшими школьниками. Методика коллективных творческих дел (И.П.Иванов). Понятие художественная и творческая деятельность детей младшего школьного возраста. Основные требования к организации творческой деятельности детей второго периода детства. Источники и методы стимулирования художественной деятельности детей младшего школьного возраста. Основные элементы стимулирования творческой активности детей второго периода детства. Технология и методика организации праздника для детей-младших школьников.

История изучения отрочества: биологическая концепция С.Холла, культурно-психологическая концепция Э.Шпрангера, социально-культурная концепция М.Мид и Р.Бенедикт. Зоны развития в подростковом возрасте: пубертатное, когнитивное развитие, изменения в социализации (освобождение от опеки родителей и вхождение в группу сверстников), становление идентичности (Э.Эриксон). Перенос центра жизни из учебной деятельности в сферу досуга. Специфика культурно-воспитательной работы с подростками: учет противоречий подросткового возраста, три этапа подросткового кризиса. Трудности социализации и индивидуализации. Тактика активной помощи и выстраивания линии поведения в посткритическую фазу. Традиционные досуговые мероприятия для подростков. Мотивации самовыражения, самоутверждения, общения, когнитивной деятельности в подростковой среде. Конфликт "отцов и детей". Конфликтные ситуации в подростковой среде и пути выхода из них. Ролевые игры по решению проблемных ситуаций из жизни подростков.

Трудные дети в реальной педагогической практике: реальные жертвы, потенциальные жертвы, латентные жертвы (А.В.Мудрик). Возрастные проявления непослушания. Трудные характеры. Классификация нервных нарушений у детей. Отклонения в отношениях в семье и в воспитании как причина неврозов. Предупреждение отклонений в поведении ребенка. Устранение неврозов средствами культурно-воспитательной работы с детьми: игровая коррекция страхов и поведения. Проблема социальной дезадаптации личности в детском возрасте. Сущность и особенность методики развития творческих способностей и познавательной активности трудных детей. Способы включения трудных детей (детдомовцев) в общую жизнь культурно-досугового учреждения.

Характеристика детей с различными отклонениями в развитии. Технология и методика культурно-воспитательной работы с детьми с ограниченными возможностями развития в условиях культурно-досуговых центров и летнего лагеря. Программы клинически-ориентированного, телесно-ориентированного тренинга и игротерапия. Методика использования компьютерных игр в реабилитационной работе. Профессиональная этика руководителя детского коллектива, где есть дети с ограниченными

возможностями развития. Развивающие игры. Игры и упражнения для детей с ограниченными возможностями развития с целью психокоррекции в условиях культурно-досугового учреждения или летнего лагеря.

Понятие «одаренные дети». Социально-психологическая характеристика одаренных детей. Признаки одаренности. Рекомендации для родителей по воспитанию и развитию творческого потенциала детей с признаками одаренности. Методика выявления одаренности детей и методика снятия барьеров в творчестве. Проблемы одаренных детей: изоляция в играх, неконформизм, перфекционизм (стремление к совершенству), нереалистичность целей и т.д. "Звездная" болезнь. Методика стимулирования одаренности детей согласно Д.Льюису. Игры и упражнения для одаренных детей с целью диагностики и психокоррекции.

Раздел 11. Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере

Маркетинг как универсальная технология управления деятельностью учреждений социально-культурной сферы. Специфика маркетинга в СКС. Рынок социально-культурных услуг и его особенности. Уровни соотношения маркетинга и культуры. Сущность и классификация услуг учреждения СКС как объектов маркетинга. Модели маркетинга услуг. Функции маркетинга в СКС: комплексное исследование регионального рынка культуры, анализ кадровых, финансово-экономических возможностей СКС. Принципы организации маркетинга в СКС: по специфике товаров и услуг, региональному признаку, группам потребителей, функциональному признаку.

Соотношение социальных и экономических интересов СКС в условиях рыночной экономики. Коммерческая и некоммерческая сфера культуры в аспекте маркетинга. Фандрайзинг как маркетинговая технология привлечения средств в сфере культуры. Факторы, определяющие совокупный спрос на услуги КДУ: законодательная инициатива государственного уровня в области культуры, социальной политики; демографическая динамика; мотивация потребителей услуг КДУ; экономические возможности потребителей; влияние моды и сезонных колебаний.

Маркетинговые исследования в СКС. Определение совокупной емкости рынка культурных услуг, анализ систем ценообразования, изучение структуры рынка, степени конкуренции, ресурсных возможностей КДУ, выявление целевого рынка. Маркетинговая среда КДУ: макросреда, внутренняя и внешняя микросреда.

Иерархия потребностей, определяющая мотивацию поведения потребителей культурно-досуговых услуг. Способы реализации потребностей. Осознание потребностей, поиск нужной информации, альтернативный выбор, оценка приобретения.

Понятие и сущность сегментации. Методика сегментирования рынка культуры по группам потребителей, специфике услуг. Выбор целевого рынка

КДУ. Факторы, оказывающие влияние на поведение реальных и потенциальных потребителей услуг КДУ: факторы культуры, социальный статус, личностные факторы, психологические и экономические факторы. Уровни позиционирования товаров и услуг КДУ, создание позитивных стереотипов, их восприятие.

Структура комплекса маркетинга в СКС. Понятие маркетинговых стратегий деятельности КДУ.

Продукт КДУ в комплексе маркетинга. Виды продуктовых стратегий КДУ и технологии их разработки. Факторы конкурентоспособности услуг КДУ. Потребительская оценка ассортимента услуг КДУ. Ассортиментная политика: повышение конкурентоспособности услуг в соответствии с запросами потребителей, инновационная деятельность по созданию продукта, расширение ассортимента, увеличение жизненного цикла.

Ценовая политика и виды ценовых стратегий КДУ. Определение структуры цены. Понятие дискриминационных, дифференцированных, контрактных, оптовых и розничных цен. Определение затратной части коммерческого проекта КДУ. Методы ценообразования. Определение процента прибыли и обеспечение рентабельности КДУ.

Сбытовая стратегия КДУ и ее функции. Маркетинговые системы: горизонтальная, вертикальная, многоканальная. Франчайзинг как эффективная технология ведения бизнеса. Организационные структуры управления маркетингом в КДУ.

Стратегия продвижения услуг учреждения КДУ. Коммуникационная политика учреждения: реклама, Паблик рилейшнз, прямой маркетинг (личные продажи), стимулирование сбыта. Актуальные тенденции развития маркетинговых коммуникаций.

Эффективность маркетинговой деятельности КДУ.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ

ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ

1. Социально-культурные преобразования в России в петровскую эпоху
2. Социально-культурные институты и их классификация
3. Социально-культурная деятельность декабристов
4. Общественные объединения как субъект социально-культурной деятельности
5. Социально-культурная деятельность в эпоху Екатерины II
6. Фандрайзинговые технологии в социокультурной сфере
7. Методическое обеспечение социально-культурной деятельности: понятие, механизм, функции.
8. Социально-культурные взгляды западников и славянофилов
9. Анализ документов в исследованиях социально-культурной сферы
10. Понятие арт-менеджмент, основные направления и сущность
11. Реформы Александра II и их роль в социокультурной жизни России второй половины XIX века

12. Проектирование как вид деятельности и составляющая социально-культурных технологий
13. Технологии маркетингового проектирования в социально-культурной сфере (виды, возможности, области применения)
14. «Серебряный век» как социально-культурный феномен
15. Процесс внедрения инноваций в практику социально-культурной деятельности
16. Этапы и технологии социально-культурного проектирования (понятие и структура ситуации, методика анализа)
17. Благотворительность и меценатство как социально-культурное явление
18. Сущность и основные направления культурно-воспитательной работы с детьми и подростками
19. Применение метода опроса в исследованиях социально-культурной сферы
20. Соотношение понятий «досуг» и «свободное время»
21. Информационная среда организации социально-культурной сферы
22. Признаки, классификации, идеология общественных объединений
23. Сущность и функции народной художественной культуры
24. Современные виды деловых переговоров и их использование в менеджменте социально-культурной сферы
25. Материально-технические ресурсы социально-культурной деятельности.
26. Инновационная деятельность в социально-культурной сфере
27. Понятие, характеристика и проблемы формирования информационной культуры специалиста социально-культурной сферы
28. Характеристика деятельности арт-менеджера, основные функции
29. Сущность культурной политики (понятие, субъекты, средства, механизмы реализации)
30. Технология проектного обоснования рекламной кампании в социально-культурной сфере
31. Цели и задачи государственной культурной политики Российской Федерации
32. Фольклор в контексте народной культуры
33. Общая характеристика работы институтов культурно-досуговой сферы за рубежом
34. Технология планирования в системе менеджмента социально-культурной сферы
35. Социально-культурные и маркетинговые функции выставки
36. Кадровые ресурсы социально-культурной деятельности
37. Основные институты арт-менеджмента. Общая характеристика

38. Фандрайзинг как маркетинговая технология общественных объединений
39. Виды и формы финансирования сферы досуга за рубежом
40. Ценовая стратегия культурно-досугового учреждения. Технология составления смет по затратам на формирование услуг культурно-досугового учреждения
41. Общая характеристика ресурсной базы социально-культурной деятельности. Разновидности ресурсов организации социокультурной сферы.
42. Бытовые формы народного художественного творчества
43. Нормативно-правовые ресурсы социально-культурной деятельности
44. Влияние глобализационных процессов на социально-культурную сферу
45. Законодательная база культурной политики в Российской Федерации
46. Технология проектирования деятельности общественного объединения
47. Региональные и местные органы власти как субъекты культурной политики
48. Маркетинговые технологии в арт-менеджменте
49. Организация социально-культурной работы с различными категориями населения за рубежом
50. Информационная сущность функции управления и информационные потребности менеджера социально-культурной сферы
51. Становление и развитие индустрии досуга в США
52. Финансовые ресурсы социально-культурной деятельности
53. Основные этапы создания арт-проекта
54. PR в учреждениях социокультурной сферы

Литература к первому разделу

1. Алленов М. Русское искусство. XVIII – начало XX века. М.: Трилистник, 2013.
2. Андреева В.И. Памятники Истории и культуры Санкт-Петербурга состоящие под государственной охраной: справочник. СПб., 2014.
3. Беспятых Ю.Н. Александр Данилович Меншиков. Мифы и реальность. СПб., 2010.
4. Воскресенская Н. О. и др. Культурология. История мировой культуры : учебник для вузов/ -М.: Юнити-Дана, 2013.-743 с.
5. Георгиева Т.С. Русская культура: история и современность. Учеб. Пособие. М.Юрайст, 2014.
6. Город и культура: Сборник. СПб., 2014.
7. Джигарханян М.Б. Петербургское искусство XX века. СПб., 2013.
8. Каган М.С. История культуры Петербурга: Учебн. пособие, СПб: СПбГУП, 2013.

9. Кайсаров Е.А. История культуры Петербурга. XIX век: Пушкинский Петербург. Мультимедийный учебник. СПб., 2015.

10. Кайсаров Е.А. История культуры Петербурга. XVIII век. Мультимедийный учебник. СПб., 2015.

11. Мельникова Н.С. и др. Социально-культурная деятельность в условиях трансформации российского общества :Монография – Пермь: ПГИИиК, 2011

12. Рябков В. М., д-р пед. наук, проф. Историография педагогических проблем эффективности социально-культурной деятельности России (вторая половина XX - начало XXI века) : монография/ В. М. Рябков; Челябинск. гос. акад. культ. и иск-в. -Челябинск: Полиграф-Мастер, 2015.-177 с.

Литература ко второму разделу

1. Астафьева О. Н., д-р филос. наук, проф. Культурная политика: теоретическое понятие и управленческая деятельность : лекции/ О. Н. Астафьева. -М.: изд-во РАГС, 2010.-

2. Взаимодействие культур в условиях глобализации : материалы Международной научной конференции, посвященной памяти общенационального лидера азербайджанского народа Гейдара Алиева/ под ред. Н. М. Мамедова, А. Н. Чумакова. – М.: Канон+, 2010. – 527 с.

3. Гуревич П. С. Культурология в системе современного гуманитарного знания : учебное пособие/ П. С. Гуревич; СПб Гуманит. ун-т профсоюзов. - СПб.: Изд-во СПбГУП, 2012.-

4. Диалог культур в условиях глобализации : XI Международные Лихачевские научные чтения, 12-13 мая 2011 г., Т. 1 : Доклады/ СПб Гуманит. ун-т профсоюзов; науч. ред. А. С. Запесоцкий. – СПб.: СПбГУП, 2011. – 592 с.

5. Диалог культур в условиях глобализации : XI Международные Лихачевские научные чтения, 12-13 мая 2011 г., Т. 1 : Доклады/ СПб Гуманит. ун-т профсоюзов; науч. ред. А. С. Запесоцкий. – СПб.: СПбГУП, 2011. – 592 с.

6. Диалог культур: ценности, смыслы, коммуникации : XIII Международные Лихачевские научные чтения 16 - 17 мая 2013 года/ СПб Гуманит. ун-т профсоюзов, Рос. акад. наук, Рос. Акад. Образования. -СПб.: СПбГУП, 2013.-712 с

7. Жидков В.С. Культурная политика России: теория и история : Учеб. пособие / В. С. Жидков, К. Б. Соколов. – М.: Академ. проект, 2001. – 591 с. Запесоцкий А. С. Философия и социология культуры : избранные научные труды/ А. С. Запесоцкий; СПб Гуманит. ун-т профсоюзов. – СПб.: СПбГУП: Наука, 2011. – 815 с.

8. Запесоцкий А. С. Воспитательный процесс в университете в контексте культурологической концепции образования : [научное издание]/ А. С. Запесоцкий; СПб Гуманит. ун-т профсоюзов. -СПб.: Изд-во СПбНУП, 2011.

9. Запесоцкий А. С. Философия и социология культуры : избранные

научные труды/ А. С. Запесоцкий; СПб Гуманит. ун-т профсоюзов. – СПб.: СПбГУП: Наука, 2011. – 815 с.

10. Запесоцкий А. С. Философия и социология культуры : избранные научные труды/ А. С. Запесоцкий; СПб Гуманит. ун-т профсоюзов. – СПб.: СПбГУП: Наука, 2011. – 815 с.

11. Реальность этноса. Роль образования в развитии межнациональных отношений в современной России : сборник статей по материалам XV Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 23-25 апреля 2013 г./ Рос. Гос. педаг. ун-т им. А.И. Герцена, Правительство СПб. Ком. по науке и высш. школе; науч. ред. И. Л. Набок. - СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2013.-502 с.

12. Экономика, право, культура в эпоху общественных преобразований : материалы научно-практической конференции 18 января 2013 г./ СПб Гуманит. ун-т профсоюзов. Алматинский фил. -Б.м.: Алматы, 2013

Литература к третьему разделу

1. Аникин В. П. Русское устное народное творчество: учебник для студ. высш. учеб. заведений. – М., 2004. – 735с.

2. Егле Л.Ю. Народная художественная культура :уч.-мет. пособ. Для ВПО – КемГИК,2012. – 48с.

3. Зуева Т.В. Русский фольклор: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М., 2012. – 431с.

4. Капица Ф.С., Колядич Т.М., Русский детский фольклор. Издательство: ФЛИНТА Год: 2011 ,2-е изд, 320 с.

5. Криничная Н. А. Русская мифология: Мир образов фольклора: научное издание. – М., 2004. – 1005 с., ил.

6. Лаврентьева Л. С. Культура русского народа. Обычай, обряды, занятия, фольклор. – СПб., 2004. – 448 с.

7. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. – СПб., 1996. – 467с.

8. Феоктистова И.К. Русские предания: история и мифология: монография-: ОмГУ (Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского)2011, 240 с.

9. Юдин А.В. Русская народная духовная культура: Учеб. пособие для студентов вузов. – М., 1999. – 367с.

Литература к четвертому разделу

1. Бутенко М.Э. Зарубежный опыт социально-культурного развития: учебное пособие. СПб.: СПГУКИ, 2003.

2. Вдовенко Т. В. Социальная работа в сфере досуга в странах Западной Европы. СПб.: СПбГУП, 1999. 164с.

3. Киселева Т. Г. Основы социально-культурной деятельности: Учеб. Пособие. М.: Изд-во МГУК, 2004.136с.

4. Козлов А. А. Социальная работа за рубежом: состояние, тенденции, перспективы: Сб. науч. очерков/ А. А. Козлов. М.: Психол.-социальн. ин-т,

1998. 224с.

5. Писанко В.А. Гуманизация досуга как фактор социокультурной интеграции различных групп населения: [Электронный ресурс]. - СПб.: Изд-во СПбГУП, 2011. // ЭУМК СПбГУП.

6. Психолого-педагогическая диагностика: учебное пособие для студ. вузов. М.: Academia, 2005.319с.

7. Соколов А.В. Феномен социально-культурной деятельности. СПб: СПбГУП, 2003. 204с.

8. Социальная работа: проблемы и перспективы: материалы VII межвузовской научно-практической конференции 22 марта 2013 года/ СПб Гуманит. ун-т профсоюзов; отв. за вып. В. В. Горшкова. - СПб.: СПбГУП, 2013.-176 с.

9. Теория и практика социальной работы: отечественный и зарубежный опыт, Т. 1/ Ред. Т. Ф. Яркина, В. Г. Бочарова. М.; Тула, 1993. 459с.

10. Титов Б. А. Досуг в США: учебное пособие. СПб., 1992. 84с.

Литература к пятому разделу

1. Абчук В.А., Тимченко В.В., Трапицын С.Ю. Менеджмент: Учебник. СПб.: ООО «Книжный дом», 2006. – 480 с.

2. Друкер П. Классические работы по менеджменту // Питер Друкер: Пер. с англ. – М.: Московская школа управления «Сколково»: Альпина Бизнес Букс, 2008.- 220 с.

3.

4. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник для вузов. - М.: Инфра-М, 2012.

5. Киселева Т.Г., Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: Учебник. М.:МГУКИ, 2004. – 539 с.

6. Коленько С.Г. Менеджмент в сфере культуры и искусств Учебник и практикум для академического бакалавриата Издательство: Юрайт, 2016

7. Кравченко А.И. История менеджмента: Учебное пособие. – М.: Акад. проект; Фонд «Мир», 2007. – 560 с.

8. Лапыгин Ю.Н. Теория организации и организационное поведение: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2013. (и др. г. изд.)

9. Макринова Е.И. Управление персоналом в гостиничном менеджменте: учебное пособие/ Е. И. Макринова, А. Г. Васильев, А. С. Васильева. - СПб.: Троицкий мост, 2013.

10. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусств : учебное пособие/ М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. -М.: Инфра-М, 2010.-

11. Тульчинский Г. Л., д-р филос. наук, проф., Засл. деятель науки РФ Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учебное пособие/ Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. -СПб.;М.;Краснодар: Планета музыки: Лань, 2010.-

Литература к шестому разделу

1. Бакланова Н.К. Профессиональное мастерство специалиста культуры: Учебное пособие / Н.К. Бакланова. – М.: МГУКИ, 2003. – 223 с.

2. Евграфов П.М. Ноу-хау обучающих программ и деловых игр / П.М. Евграфов, Ю.М. Глуховенко. – М.: Академия ГПС МЧС России, АРС, 2004. – 222 с.
3. Киселева Т.Г. Основы социально-культурной деятельности: Учеб. пособие / Т.Г. Киселева. – М., 2005.
4. Киселева Т.Г. Социально-культурная деятельность: Учебник / Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. – М., 2004.
5. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусств : учебное пособие/ М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. -М.: Инфра-М, 2010.
6. Современные технологии социально-культурной деятельности: учеб. пособие / отв. ред. Е.И. Григорьева. - Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012. - 504 с.
7. Социально-культурные технологии: современное состояние и перспективы развития : материалы Всероссийской научно-практической конференции, 3 февраля 2012 года/ СПб Гуманит. ун-т профсоюзов; под общ. ред. Г. М. Бирженюка. -СПб.: СПбГУП, 2012.-
8. Шаронова С.А. Деловые игры / С.А. Шаронова. – М.: РУДН, 2005.
9. Ярошенко Н.Н. Социокультурная деятельность: парадигмы, методология, методика: Монография / Н.Н. Ярошенко. – М.: МГУКИ, 2000. – 204 с.

Литература к седьмому разделу

1. Актуальные проблемы социокультурного менеджмента: Сб. науч. трудов. – М.: МГУКИ, 2002.
2. Ариарский М.А. Прикладная культурология / М.А. Ариарский. – 2-е изд. испр. и доп. – СПб.: Издательство «ЭГО», 2006. – 288 с.
3. Дуликов В.З. Организационный процесс в социокультурной сфере: Учеб. пособие / В.З. Дуликов. – М.: МГУКИ, 2003.
4. Жаркова Л.С. Деятельность учреждений культуры: Учеб. пособие / Л.С. Жаркова. – М.: МГУКИ, 2000.
5. Касаткина С.А. Основы профессиональной деятельности менеджера социокультурной сферы: Учеб. пособие / С.А. Касаткина. – М.: МГУКИ, 2001.
6. Киселева Т.Г. Социально-культурная деятельность: Учебник / Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. – М., 2004.
7. Новикова, Г.Н. Технологические основы социокультурной деятельности [Текст] : учеб. пособие / Г.Н. Новикова. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: МГУКИ, 2010. - 158 с.
8. Салазкина Л.П. Ресурсная база социально-культурной деятельности: [Текст] : учеб. мет. пособие для ВПО / Салазкина Л.П. – КемГИК., 2012. – 44 с.
9. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры: Учеб. пособие для вузов / Г.Л. Тульчинский. – СПб., 2001.
10. Чижиков В.В. Дизайн культурной среды: Учеб. пособие / В.В. Чижиков. – М.: МГУКИ, 2001.

11. Чижиков В.М. Введение в социокультурный менеджмент: Учеб. пособие / В.М. Чижиков, В.В. Чижиков. – М.: МГУКИ, 2003.

12. Ярошенко Н.Н. Социально-культурная анимация: Учеб. пособие / Н.Н. Ярошенко. – М.: МГУКИ, 2000.

Литература к восьмому разделу

1. Гуревич П.С. Психология и педагогика: учебник [для бакалавров]. - М.: Юрайт, 2014

2. Громкова М.Т. Педагогика высшей школы: учебное пособие. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

3. Ариарский М.А. Социально-культурная деятельность как предмет научного осмысления/ А.М. Ариарский. - СПб.: Арт-студия «Концерт», 2008.- 792 с.

4. Анурин В.Ф. Эмпирическая социология / В.Ф. Анурин.: Учебное пособие для вузов.- М.: Академический Проект, 2003.- 228 с.

5. Бордовская Н.В. Диалектика педагогического исследования: Логико-методологические проблемы/ Н.В. Бордовская. – СПб.: Изд-во РХГИ, 2001. – 512 с.

6. Голубев Н.К. Методология и методы социально-педагогической диагностики /Н.К. Голубев. - СПб.: КультИнформПресс, 2001. -188с.

7. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования/В.И.Добренько, А.И. Кравченко/ Учебник.- М.: ИНФРА-М, 2008с.- (Классический университетский учебник).

8. Завьялова М. П. Методы научного исследования: учебное пособие.- Томск, ТПУ, 2009 - 160с.

9. Кузнецов, И. Н. Технологии социологического исследования: Учебно-методическое пособие.- М.: ИКЦ «МарТ», 2008 - 144с.

10.Новиков А.М. Методология образования/А.М. Новиков. – М.: «Эгвес», 2002.-320 с.

11.Новиков А.М. Методология/ А.М.Новиков, Д.А. Новиков. – М.: Синтез, 2007.- 668 с.

12.Носс И.Н. Введение в практику психологического исследования/ И.Н. Носс, Н.В. Васина. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2004. – 348 с.

13.Основы философии науки / под ред. Проф. С.А. Лебедева: Учебное пособие для вузов.- М.: Академический Проект, 2005.- 544с. («Gaudeamus»).

14.Тавокин, Е. П. Основы методики социологического исследования: учеб. пособие для вузов по спец. "Социология" / Е. П. Тавокин. - М. : Инфра-М, 2009 - 239с.

15.Тихонов, В. А. Научные исследования: концептуальные, теоретические и практические аспекты. Учебное пособие для вузов [Текст] / В. А. Тихонов, В. А. Воронова – М.: Горячая линия Телеком, 2009 - 296с

16.Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы/ В.А. Ядов. – М., Изд-во «Наука», 1972. – 239 с.

Литература к девятому разделу

1. Командышко Е. Ф. Арт-менеджмент в вопросах и ответах: Учебно-методическое. – М.: Военный ун-т, 2012.
2. Котлер Ф., Шефф Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств./ Котлер Ф., Шефф Д. - М.: Классика-XXI, 2004.
3. Марков А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. Проектирование маркетинговых коммуникаций: Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность. – СПб.: СПбГУП, 2005. – 400с.
4. Новикова Г. Н. Технологии арт-менеджмента: Учебное пособие /Г.Н. Новикова; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М.: Издательский Дом МГУКИ, 2006.
5. Переверзев М. П. Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учеб. Пособие / Под. ред. М.П. Переверзева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 192 с.
6. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебное пособие по направлению подготовки 031600 "Искусства и гуманитарные науки" /М.П. Переверзев, Т.В. Косцов. - Москва : ИНФРА-М, 2014
7. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы. / под ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова. – М., 2010. – 711 с.
8. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы. / под ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова. – М., 2010. – 711 с.
9. Суворов Н.Н. Галерейное дело: Искусство в пространстве галереи: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2008. – 201с.
10. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры: учебное пособие. - СПб: Лань [и др.], 2011.

Литература к десятому разделу

1. Аванесова, Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации [Текст]: Учебное пособие для студентов вузов / Г.А. Аванесова. М.: Аспект Пресс, 2010. – 236 с.
2. Василькова Ю. В. Социальный педагог: педагогический опыт и методы работы. : учебное пособие/ Ю. В. Василькова. -3-е изд., доп.. -М.: Академия, 2010.-
3. Запесоцкий А.С. Воспитательный процесс в университете в контексте культурологической концепции образования: [научное издание]. - СПб.: Изд-во СПбГУП, 2011.
4. Исаева И.Ю. Досуговая педагогика: учебное пособие. – М.: Флинта, 2010.
5. Казанская В. Г., д-р психол. наук, проф. Психология и педагогика : [учебное пособие]/ В. Г. Казанская. -СПб.: Питер, 2008.-
6. Киселева Т.Г. Основы социально-культурной деятельности: Учеб. пособие / Т.Г. Киселева. – М., 2005.
7. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусств : учебное пособие/ М. П. Переверзев, Т. В. Косцов. -М.: Инфра-М, 2010.-

8. Подласый И. П., д-р пед. наук, проф. Педагогика : учебник [для вузов]/ И. П. Подласый. -2-е изд., доп.. -М.: Юрайт, 2010.-

9. Тульчинский Г. Л., д-р филос. наук, проф., Засл. деятель науки РФ Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учебное пособие/ Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. -СПб.;М.;Краснодар: Планета музыки: Лань, 2010.-

10. Эльконин, Д. Б. Детская психология [Текст]. – М.: Академия, 2011. – 384 с.

Литература к одиннадцатому разделу

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме : учебник : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии туризма" / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под ред. проф., засл. работника высш. школы РФ Е.И. Богданова. - Москва : ИНФРА-М, 2011. - 213 с. : ил. ; 22 см. - (Высшее образование)

2. Аверков А. Л. Специфика социальной рекламы, разработка и проведение социальной кампании рекламными средствами /Аверков А.Л.. - Москва : Лаборатория Книги, 2012. - 177 с.

3. Ариарский М. А. Социально-культурная деятельность креативно-информационной эпохи /Марк Ариевич Ариарский; Рос. акад. образования, Науч.-образоват. центр пед. культурологии. - Санкт-Петербург : Концерт, 2013. - 248 с.

4. Большаков С. Н. Маркетинговые коммуникации и информационные ресурсы предприятия /С.Н. Большаков, В.А. Ачкасова; Санкт-Петербургский гос. ун-т. - Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2014. - 129, [1] с.

5. Дикарева В.А. Брендинг и маркетинговые коммуникации : учебное пособие / В.А. Дикарева, А.М. Чернышева ; ФГБОУ ВПО Моск. гос. акад. коммунал. хоз-ва и стр-ва. - Москва : Граница, 2012. - 369, [6] с.

6. Инновационные маркетинговые коммуникации : учебное пособие /Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования Рос. гос. торгово-экономический ун-т (РГТЭУ), Волгоградский фил.; [авт.-сост.: И.В. Василенко, к.социол.н. и др.]. - Волгоград : Волгоградский филиал РГТЭУ, 2013. - 81 с

7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент /Ф. Котлер, К.Л. Келлер; [пер. с англ.: . Кузин]. - 14-е изд.. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014 [т.е. 2013]. - 800 с..

8. Котлер Ф. Основы маркетинга / Филип Котлер, Гари Армстронг ; [Пер. с англ. Т.В. Клекоты и др.]. - 9-е изд. - М. и др. : Вильямс, 2003. - 1197 с. : ил. ; 24 см. .

9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер ; [пер. с англ. к.э.н. С. Жильцов и др.]. - 12-е изд. - Санкт Петербург [и др.] : Питер, 2012. - 814 с. : ил., портр.; 26 см. - (Серия книг " Классический зарубежный учебник").

10. Маркетинг взаимодействия: новые направления исследований и инструментарий : монография / [Г. Л. Багиев, О. А. Третьяк, В. Н. Татаренко и др.]; под ред. Г. Л. Багиева и Ю. Ф. Поповой М-во образования и науки Российской Федерации, ФГБОУ ВПО "Сыктывкарский гос. ун-т", Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т. - Сыктывкар : Изд-во Сыктывкарского гос. ун-та, 2014. - 248 с.

11. Мечет О. М. Оптимизация коммуникационных процессов в современной организации / Мечет О.М.. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 119 с.

12. Тульчинский Г.Л. Маркетинг в сфере культуры : учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова ; С.-Петерб. фил. Гос. ун-та, Высш. шк. экономики. - Санкт- Петербург [и др.] : Лань : Планета музыки, 2009. - 495 с. : ил. ; 21 см. - (Учебники для вузов. Специальная литература).