

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

Кафедра экономики и управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭКОНОМИКА СКС

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата
по направлению подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки «**Экономика предприятий и организаций СКС**»

Квалификация:

Бакалавр

Согласовано:
Руководитель ОПОП по
направлению 38.03.01 –
«Экономика»
Профиль «Экономика
предприятий и организаций»
доцент _____ Е.Я.Морозова

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
« 21 » апреля 2021 г., протокол № 9

Зав. кафедрой _____ Е.Г.Хольнова

Рекомендована решением
Методического совета
« 20 » мая 2021 г., протокол № 5

Секретарь МС _____ К.В.Газина

Автор-разработчик:
доцент _____ Е.Я. Морозова

Санкт-Петербург

СТРУКТУРА

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

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

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

Оценочные и методические материалы

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

Глоссарий

Методические рекомендации для преподавателя по дисциплине

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Экономика СКС» - овладение студентами теоретическими основами экономики социально-культурной сферы, практическими навыками организации финансово-экономической деятельности коммерческих и некоммерческих организаций.

К числу наиболее важных **задач**, связанных с освоением дисциплины «Экономика СКС», следует отнести формирование у студентов умений и навыков работы с нормативными документами, экономической литературой, информационными ресурсами Internet, посвященных экономическим проблемам социально-культурной сферы, усвоение студентами специальной экономической терминологии, развитие экономического мышления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых дисциплин	Разделы (темы) дисциплины								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Финансы				+					+
2.	Экономика предприятия (организации)			+	+					
3.	Организация предпринимательской деятельности в СКС	+	+					+		+
4.	Планирование на предприятии (организации)								+	
5.	Ценообразование						+			

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1. Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	ПК-1.1. <i>Знать</i> : виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы; типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, типологию и специфику производства и реализации услуг в СКС; структуру материальных и трудовых ресурсов социально-культурной сферы; структуру и источники формирования финансовых ресурсов организаций СКС; особенности ценообразования в социально-культурной сфере; виды конкуренции в социально-культурной сфере; особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы; формы и методы государственного регулирования функционирования отраслей СКС
	ПК-1.2. <i>Уметь</i> : оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с

	<p>типологиями экономических благ; выявлять специальные ресурсы СКС (материальные, природные), необходимые для деятельности конкретных организаций; формулировать требования к трудовым ресурсам СКС в зависимости от вида деятельности предприятий и организаций; выявлять внутренние и внешние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций СКС; использовать ценовую дифференциацию и дискриминацию для различных видов организаций, особенно сферы социально-культурных услуг; анализировать рынки товаров и услуг, выявлять уровень конкуренции и конкурентные преимущества для конкретных объектов; планировать доходы, расходы и ожидаемый чистый доход от зрелищных видов деятельности, разрабатывать сметы проведения отдельных массовых мероприятий; собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность предприятий и организаций СКС</p>
	<p>ПК-1.3. Владеть: навыками решения ситуационных задач; выполнения практических заданий, характеризующих конкретные экономические процессы и явления в СКС; навыками использования данными отечественной и зарубежной статистики для аналитических исследований, а также студенческих дискуссий по проблемам развития предприятий и организаций социально-культурной сферы</p>

4. Тематический план изучения дисциплины

См. приложение

5. Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину

Понятие и виды человеческих потребностей. Факторы, влияющие на уровень и разнообразие потребностей индивида, социальных групп и всего общества. Роль и значение социально-культурной сферы в удовлетворении культурных, познавательных и социальных потребностей различных групп населения.

Цель, задачи и структура дисциплины «Экономика СКС», ее взаимосвязь с другими учебными дисциплинами ОПОП подготовки бакалавров направления «Экономика», профиль – Экономика предприятий и организаций.

Тема 2. Понятие, состав и структура социально-культурной сферы

Сравнительная характеристика взглядов экономистов на состав и структуру социально-культурной сферы. Государственный, неприбыльный и коммерческий секторы, признаки их формирования. Классификатор экономических видов деятельности предприятий и организаций социально-культурной сферы. Сфера материального производства и сфера оказания услуг.

Коммерческие и некоммерческие организации социально-культурной сферы: сходство и различия экономических процессов.

Тема 3. Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации

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

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

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

Тема 4. Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы

Ресурсы предприятий и организаций, их значение для производства конкурентоспособных товаров и услуг. Значение материальных, информационных, интеллектуальных, трудовых и финансовых ресурсов для деятельности организаций социально-культурной сферы.

Материальные и трудовые ресурсы СКС, их значение для производства качественных товаров и услуг. Структура материальных ресурсов. Информационные ресурсы как важный элемент производственной деятельности предприятий и организаций социокультурной сферы. Природно-климатические условия, природные явления и достопримечательности как специфические виды материальных ресурсов социально-культурной сферы.

Структура трудовых ресурсов. Значение подготовки квалифицированных специалистов для оказания качественных социально-культурных услуг.

Тема 5. Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования

Бюджетное финансирование организаций социокультурной сферы. Федеральные целевые программы и социальные инвестиции в социально-культурную сферу. Государственные целевые внебюджетные фонды социального страхования и обеспечения.

Корпоративная и частная благотворительность как важный источник негосударственной поддержки некоммерческих организаций социокультурной сферы. Эндаумент - фонды и их значение для финансирования сферы культуры и образования.

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

Тема 6. Особенности ценообразования в социально-культурной сфере

Социально-экономические факторы, влияющие на платность и уровень цен в социально-культурной сфере. Методы ценообразования на социально-культурные услуги: механизм формирования коммерческих и самоокупаемых цен, механизм и условия предоставления услуг по льготным ценам. Особенности применения для привлечения потребителей ценовой дифференциации и ценовой дискриминации.

Тема 7. Конкуренция в социально-культурной сфере

Структура рынка товаров и услуг, неценовая конкуренция в социально-культурной сфере. Рынок культурных услуг, воспроизводство условий и защита объектов творческо-интеллектуальной деятельности. Факторы спроса на услуги социально-культурной сферы. Товар в социально-культурной сфере и платежеспособный спрос. Формы совершенной и несовершенной конкуренции в социально-культурной сфере. Значение и динамика развития малого и среднего бизнеса в социально-культурной сфере.

Тема 8. Особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы

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

Механизм обеспечения самоокупаемости и рентабельности услуг в СКС. Виды договорных отношений владельцев сценических площадок с театральными и концертными коллективами. Планирование доходов и расходов зрелищных видов социокультурной деятельности (кино - показ, спектакли, шоу-программы).

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

Тема 9. Государственное регулирование и перспективы развития социально-культурной сферы

Социально-экономическое обоснование государственного регулирования экономической деятельности предприятий и его ограничители в условиях рынка. Законодательное регулирование в социально-культурной сфере. Процедура государственного лицензирования и ее значение для повышения качества социально-культурных услуг. Прямое и косвенное экономическое регулирование деятельности организаций. Налоговые льготы.

Проблемы и перспективы организационно-экономического развития социально-культурной сферы в России и за рубежом.

6. План семинарских (практических) занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Наименование и содержание практических (семинарских) занятий, литература для подготовки к занятиям	Формируемые компетенции	Формы контроля усвоения знаний
1.	Введение в дисциплину	<p>Тема: Предпосылки возникновения и факторы изменения состава социально-культурной сферы</p> <p><i>Цель:</i> познакомить студентов с предпосылками и этапами формирования состава социально-культурной сферы</p> <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Понятие и виды человеческих потребностей.2. Взгляды философов, экономистов на иерархию человеческих потребностей3. Факторы, влияющие на уровень и разнообразие социально-культурных потребностей индивида, социальных групп и всего общества.4. Роль и значение социально-культурной сферы в удовлетворении духовных потребностей различных групп населения. <p><i>Литература:</i> 8</p>	ПК-1	Опрос, дискуссия, эссе
2.	Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	<p>Тема: Социально-культурная сфера как объект экономических исследований</p> <p><i>Цель:</i> познакомить студентов с современными взглядами на состав и структуру сферы.</p> <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Сравнительная характеристика взглядов экономистов на состав и структуру социально-культурной сферы.2. Признаки классификации организаций социально-культурной сферы и их роль в определении ее структуры.3. Государственный, неприбыльный и коммерческий секторы социально-	ПК-1	Опрос, доклады (сообщения) дискуссия, тест

		<p>культурной сферы.</p> <p>4. Классификатор экономических видов деятельности в социально-культурной сфере.</p> <p>5. Сфера материального производства и сфера социально-культурных услуг.</p> <p>6. Современные тенденции формирования состава и структур социально-культурной сферы.</p> <p><i>Литература:</i> 6,8, ресурсы интернета</p>		
3	<p>Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации</p>	<p>Тема: Современные подходы к типологии продуктов организаций социально-культурной сферы</p> <p><i>Цель:</i> закрепить и расширить знания студентов, полученные в ходе лекций и работы с литературными источниками, относительно разнообразия продуктов и услуг, предоставляемых организациями социокультурной сферы.</p> <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Материальный и нематериальный результат деятельности организаций 2. Услуга как специфический продукт, ее особенности и характеристики. 3. Коммерческий и некоммерческий продукт. 4. Основные и дополнительные услуги, принципы различия. 5. Специфика производства и реализации услуги как продукта 6. Вторичный продукт и вторичные рынки в культуре <p><i>Литература:</i> 5,6,8</p>	ПК-1	<p>Опрос, доклады (сообщения) дискуссия, тест</p>
	<p>Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы.</p>	<p>Тема: Актуальные проблемы формирования и использования ресурсов социально-культурной сферы.</p> <p><i>Цель:</i> закрепить и углубить знания студентов в области традиционных и особенно специфических видов материальных, информационных и трудовых ресурсов СКС.</p> <p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ресурсное обеспечение как основа функционирования сферы, виды ресурсов. 2. Естественные природные явления и достопримечательности (природные блага), памятники истории, архитектуры как специфические ресурсы, проблемы их сохранения и более эффективного использования. 	ПК-1	<p>Опрос, доклады (сообщения) дискуссия, эссе</p>

		<p>3. Информационные ресурсы социокультурной сферы.</p> <p>4. Структура кадров социокультурной сферы</p> <p><i>Литература:</i> 1,2,5</p>		
5	<p>Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования</p>	<p>Тема: Внешние и внутренние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций СКС</p> <p><i>Цель:</i> закрепить и углубить знания студентов в области механизма финансирования организаций СКС сферы из бюджетных и внебюджетных источников.</p> <p>1. Финансовая политика государства в социальной сфере.</p> <p>2. Бюджетный дефицит и проблемы финансирования государственных и муниципальных учреждений.</p> <p>3. Федеральные целевые программы и фонды социального страхования и обеспечения как важные источники финансирования социальной работы</p> <p>4. Развитие платных услуг и предпринимательской деятельности некоммерческих организаций как способ формирования их собственных доходов.</p> <p>5. Проблемы развития благотворительности и коммерческого инвестирования в социально-культурную сферу.</p> <p><i>Литература:</i> 3,4,5,8,9, ресурсы интернета</p>	ПК-1	<p>Опрос, эссе, круглый стол</p> <p>тест</p> <p>зачет</p>
6	<p>Особенности ценообразования в социально-культурной сфере</p>	<p>Тема: Специфика ценообразования в СКС</p> <p><i>Цель:</i> закрепить теоретические знания студентов, полученные в ходе лекций и самостоятельной подготовки, относительно особенностей ценообразования на услуги организаций социокультурной сферы.</p> <p>1. Механизм формирования коммерческих цен на услуги организаций социально-культурной сферы. Факторы, влияющие на норму прибыли, закладываемую в цену коммерческого продукта.</p> <p>2. Механизм формирования самокупаемых и льготных цен на услуги организаций социально-культурной сферы. Социально-экономические условия предоставления услуг по</p>	ПК-1	<p>Дискуссия, подготовка презентации (аналитического обзора)</p>

		льготным и символическим ценам 3. Ценовая дифференциация и дискриминация в социально-культурной сфере и ее виды. <i>Литература:</i> 2,8,9, ресурсы интернета		
7	Конкуренция в социально-культурной сфере	Тема: Особенность конкуренции в социально-культурной сфере <i>Цель:</i> закрепить теоретические знания и сформировать практические умения студентов в области выявления видов конкуренции и конкурентных преимуществ различных организаций СКС <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Структура рынка товаров и услуг, неценовая и ценовая конкуренции в социально-культурной сфере. 2. Рынок культурных услуг, воспроизводство условий и защита объектов творческо-интеллектуальной деятельности. 3. Факторы спроса на услуги социально-культурной сферы. 4. Товар в социально-культурной сфере и платежеспособный спрос. 5. Формы совершенной и несовершенной конкуренции в социально-культурной сфере. <i>Литература:</i> 1-9, ресурсы интернета	ПК-1	Опрос, доклады (сообщения) круглый стол
8	Особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы	Тема: Особенности финансового планирования деятельности коммерческих и некоммерческих организаций <i>Цель:</i> закрепить теоретические знания и сформировать практические умения студентов в области разработки различных видов финансовых планов организаций социокультурной сферы. 1. Сущность и цели финансового планирования. 2. Виды финансовых планов. 3. Структура финансовых планов и методика их составления. 4. Планирование доходов и расходов при оказании платных социокультурных услуг населению. <i>Литература:</i> 1,3,6	ПК-1	Опрос, доклады (сообщения) решение ситуационных задач, деловая игра (гастроли)
9	Государственное регулирование	Тема: Государственная культурная политика и формы ее реализации <i>Цель:</i> закрепить теоретические знания студентов, полученные в ходе лекций и	ПК-1	Опрос, доклады (сообщения) итоговая дискуссия,

	е и перспективы развития социально-культурной сферы	самостоятельной подготовки, относительно путей государственной поддержки социально ориентированных организаций. 1. Законодательное регулирование социальных видов деятельности 3. Административное регулирование социальных видов деятельности 4. Экономические формы государственной поддержки некоммерческих организаций 5. Налоговое регулирование социокультурной деятельности в России и за рубежом 6. Проблемы и перспективы развития государственного и неприбыльного секторов СКС 7. Проблемы и перспективы развития государственного, коммерческого и неприбыльного секторов СКС <i>Литература:</i> 1-9, ресурсы интернет		итоговое самотестирование
--	---	---	--	---------------------------

7. Образовательные технологии

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

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

8. План самостоятельной работы студентов

№ п/п	Содержание самостоятельной работы студентов	Формируемые компетенции	Форма отчетности студента
1	Изучение литературы и информационных ресурсов интернета по теме.	ПК-1	Дискуссия, подготовка сообщений (презентаций), эссе
2	Написание курсовой работы	ПК-1	Текст, защита
3	Подготовка к ответам на контрольные вопросы семинара	ПК-1	Опрос, дискуссия
4	Написание эссе	ПК-1	Текст, обсуждение

5	Подготовка докладов (сообщений, презентаций)	ПК-1	Тесты, выступления, презентация материала
6	Подготовка информации для круглого стола	ПК-1	Презентация (сообщение)
7	Работа над решением и оформлением кейсов	ПК-1	Текст решения кейса
8	Подготовка реферата	ПК-1	Текст реферата
9	Подготовка к решению задач и выполнению практических заданий	ПК-1	Решенные задачи
10	Подготовка к тестированию	ПК-1	Положительная оценка за текст

9. Контроль знаний по дисциплине

По дисциплине предусмотрено: текущий контроль и промежуточная аттестация.

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

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета, защиты курсовой работы и экзамена. Вопросы к промежуточной аттестации сформулированы в **Оценочных и методических материалах**.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Хлебович, Д.И. Сфера услуг: маркетинг: учебное пособие / Д.И. Хлебович, Т.Д. Бурменко. — Москва: КноРус, 2022. — 235 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/943064> (дата обращения: 04.02.2022).
2. Безденежных, М.М. Экономика общественного сектора: учебное пособие / М.М. Безденежных, Н.Б. Севастьянова. — Москва: КноРус, 2022. — 205 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/943077> (дата обращения: 04.02.2022).

б) дополнительная литература:

1. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Н. Асаул. — Санкт-Петербург: Архитектурно-строительный университет СПб, 2009. — 204 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/908947> (дата обращения: 04.02.2022).
2. Каменец, А.В. Экономика социокультурной сферы: монография / А.В. Каменец. — Москва: КноРус, 2020. — 230 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/933020> (дата обращения: 04.02.2022).
3. Гончаренко, Л.И. Налогообложение некоммерческих организаций: учебное пособие / Л.И. Гончаренко, Л.К. Чемерицкий, И.В. Липатова, Е.Е. Смирнова. — Москва: КноРус, 2019. — 274 с. — Режим доступа: <https://book.ru/book/931177> (дата обращения: 04.02.2022).

в) периодические издания открытого доступа

1. Журнал «Бюджетные организации. Экономика и учет» - <http://www.uchet-dom.ru/>
2. Журнал «Общественные финансы». Раздел: Экономика науки и социальной сферы - <http://www.irof.ru/publications/finance.html>

г) лицензионное программное обеспечение

1. Семейство программ Microsoft Office Standart Russian (Включает набор продуктов: Word, Excel, PowerPoint, Publisher, Outlook);

2. Mirapolis Virtual Room;
3. Антиплагиат;
4. КонсультантПлюс

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

д) современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

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

11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

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

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

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

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

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

Самостоятельная работа в процессе изучения дисциплины «Экономика СКС» включает в себя:

- изучение литературы в соответствии с программой дисциплины;
 - изучение и осмысление специальной экономической терминологии и понятий;
 - сбор материала для написания курсовой работы, эссе, рефератов (для студентов, имеющих пропуски аудиторных занятий), выполнения самостоятельных и практических заданий;
 - подготовка сообщений (электронных презентаций) и аналитических обзоров;
- Основными компонентами содержания данного вида работы являются:
- творческое осмысление учебной и научной литературы;
 - участие в различных формах учебного процесса (лекции, опрос, дискуссии, деловые игры, круглые столы, выполнение аудиторных практических заданий, выполнение самостоятельных работ, тестирование и самотестирование и т. д.);
 - получение консультаций у преподавателя по отдельным проблемам курса и в процессе написания курсовой работы.

2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским и практическим занятиям (по каждой теме)

К теме 1. Введение в дисциплину

Задание для самостоятельной работы: ознакомиться с электронным курсом по данной дисциплине, прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы, знать специальную терминологию по теме, подготовиться к ответам на контрольные и дискуссионные вопросы, к написанию эссе

Контрольные и дискуссионные вопросы по теме:

1. Что такое «потребность»?
2. Какие классификации потребностей существуют?
3. Какое место социально - культурные потребности занимают в иерархии человеческих потребностей («хлеб» или «зрелище»)? – для дискуссии
5. Какие факторы влияют на структуру и разнообразие социально - культурных потребностей индивида, социальной группы и всего общества?
6. Дайте определение понятию «социально-культурная сфера»

К теме 2. Понятие, состав и структура социально-культурной сферы

Задание для самостоятельной работы: прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы и материалы, размещенные в электронном курсе, знать

специальную терминологию по теме, подготовится к дискуссии и выполнению тестового задания.

Контрольные вопросы по теме:

1. Какие экономические виды деятельности мы относим к социально-культурным, почему?

2. Насколько оправданно деление социально-культурной сферы на государственный, коммерческий и неприбыльный секторы, какими видами предприятий они представлены (использовать признаки: форма собственности и способ хозяйствования).

3. Может ли коммерческое предприятие быть отнесенным к государственному сектору социокультурной сферы?

4. Какие формы собственности организаций преобладают в системах социального обеспечения, образования, культуры и искусства?

5. Какие направления деятельности в социально-культурной сфере представлены полностью частными коммерческими организациями?

6. Какие направления социальной деятельности представлены, в основном, некоммерческими организациями?

Для дискуссии:

1) Классификатор: Поговорим об ассортименте прочих персональных услуг в СКС (96.09)

2) Какое место в Государственном классификаторе отведено деятельности по организации и проведению азартных игр и заключению пари, по организации? Можно ли его считать отражением реального отношения государства к их социально-культурной значимости?

К теме 3. Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации

Задание для самостоятельной работы: прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы и материалы, размещенные в электронном курсе, знать специальную терминологию по теме, подготовится к дискуссии, выполнению практического задания и к тестированию.

Контрольные вопросы по теме:

1. Что общего и в чем отличие материального продукта от материальной услуги?

2. Что такое предмет-посредник, от чего зависит степень его востребованность потребителями, какие предметы-посредники имеются у вас дома?

3. Может ли один и тот же продукт в зависимости от выполняемых функций являться одновременно и средством и предметом социальной деятельности? Если да, то, при каких условиях? (приведите примеры).

4. Что легче производить и реализовывать: продукт, имеющий вещественную форму и устойчивые потребительские свойства, или продукт, не имеющий ни того, ни другого?

5. Почему организации, оказывающие услуги, имеющие для потребителя возможный материальный (в первую очередь финансовый) результат, относятся к числу наиболее доходных в социокультурной сфере?

6. Определите виды основных и дополнительных услуг в различных видах организаций социокультурной сферы (в театрах, музеях, кинотеатрах, библиотеках, клубах и пр.).

Для дискуссии:

1) Коммерческий продукт и некоммерческая организация - «вещи несовместные»?

2) Бесплатная услуга и социально-экономические факторы ее сохранения в «рыночном» обществе.

3) Что легче производить и реализовывать: продукт, имеющий вещественную форму и устойчивые потребительские свойства, или продукт, не имеющий ни того, ни другого?

4) Почему организации, оказывающие услуги, имеющие для потребителя возможный материальный (в первую очередь финансовый) результат, относятся к числу наиболее доходных в социально-культурной сфере?

К теме 4. Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы

Задание для самостоятельной работы: прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы и материалы, размещенные в электронном курсе, знать специальную терминологию по теме, подготовить презентацию на тему «Специфические виды ресурсов регионов и эффективность их применения в СКС».

Контрольные вопросы по теме:

1. Какие виды материальных ресурсов используют организации СКС?

2. Что такое «естественное благо», каким образом оно используется организациями социально-культурной сферы?

3. Структура трудовых ресурсов социально-культурной сферы, каковы особые требования к работникам сферы услуг?

4. Как можно оценить современное состояние трудовых ресурсов в культуре, здравоохранении, образовании?

Для дискуссии:

1) Оплата труда и ее влияние на обеспечение государственных учреждений социально-культурной сферы квалифицированными кадрами

2) Какой из имеющихся ресурсов: материальных, трудовых, информационных, финансовых является наиболее важным для успешного функционирования социально-культурной сферы?

К теме 5. Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования

Задание для самостоятельной работы: прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы и материалы, размещенные в электронном курсе, знать специальную терминологию по теме, подготовиться к дискуссии, написать эссе на тему «Корпоративная и частная благотворительность в России», подготовиться к тестированию

Контрольные вопросы по теме:

1. Какие организации социокультурной сферы финансируются из средств бюджетов различных уровней?

2. Может ли коммерческая организация претендовать на бюджетные ассигнования?

3. В чем сходство и в чем различие механизмов благотворительности и спонсорства?

4. Какие факторы оказывают наибольшее влияние на уровень доходности организаций социально-культурной сферы от оказания платных услуг населению.

5. Какие виды деятельности некоммерческих организаций социально-культурной сферы принято считать предпринимательским?

Для дискуссии:

1) Чем можно объяснить тот факт, что, несмотря на все усилия государства по формированию многоканальной системы финансирования учреждений культуры, искусства, образования, бюджетные ассигнования по-прежнему доминируют в структуре их финансовых ресурсов?

2) Чем можно объяснить тот факт, что из всех возможных видов предпринимательской деятельности (разрешенных законодательно), наибольшее распространение получила сдача помещений в аренду сторонним организациям?

К теме 6. Особенности ценообразования в социально-культурной сфере

Задание для самостоятельной работы: прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы и материалы, размещенные в электронном курсе, знать специальную терминологию, подготовить презентацию (аналитический обзор) на тему: «Сравнительная характеристика цен на различные виды деятельности в СКС».

Контрольные вопросы по теме:

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

К теме 7. Конкуренция в социально-культурной сфере

Задание для самостоятельной работы: прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы и материалы, размещенные в электронном курсе, знать специальную терминологию, подготовиться в дискуссии, подготовить презентацию на тему «Структура и динамика рынков продуктов и услуг в СКС» (основа - фактический материал, представленный в курсовой работе и отражающий структуру и тенденции развития рынков социально-культурных услуг)

Дискуссионные вопросы по теме:

1. Имеются ли на рынках СКС признаки совершенной конкуренции?
2. В каких сферах можно найти монополии и олигополии?
3. Для каких видов экономической деятельности СКС характерной является ценовая конкуренция?
4. Для каких видов экономической деятельности СКС характерной является неценовая конкуренция?
5. Каким образом наличие на рынке взаимодополняемых и взаимозаменяемых (субститутов) экономических благ влияет на уровень конкуренции в отдельных сегментах рынка?

К теме 8. Особенности финансового планирования предпринимательской деятельности организаций культуры и досуга

Задание для самостоятельной работы по теме семинара: прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы и материалы, размещенные в электронном курсе, знать специальную терминологию, подготовиться к дискуссии и решению ситуационных задач и деловой игре.

Контрольные вопросы по теме (для подготовки к опросу):

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

Для дискуссии:

- 1). Могут ли организации культуры и досуга прогнозировать свою деятельность на двадцать лет вперед?
- 2). Если бы вам предстояло сократить издержки по содержанию подросткового клуба, на чем бы вы решили сэкономить?

К теме 9. Государственное регулирование и перспективы развития социально-культурной сферы

Задание для самостоятельной работы: прочитать соответствующие разделы рекомендуемой литературы и материалы, размещенные в электронном курсе, знать специальную терминологию по теме, подготовить сообщение (электронную презентацию), подготовится к дискуссии.

Контрольные вопросы по теме:

1. Какие Федеральные законы регулируют деятельность различных организаций социокультурной сферы?
2. Что такое лицензирование, для каких организаций социокультурной сферы актуальна данная форма административного регулирования?
3. Какие формы прямого государственного финансирования используются в России?
4. Почему налоговое регулирование относится к косвенным экономическим методам?
5. Какие налоговые льготы имеют некоммерческие организации и насколько они эффективны?

Тематика сообщений для *дискуссии*:

- 1) Государственная культурная политика России: куда идем и к чему придем?
- 2) Конституционные права граждан на доступ к культурным ценностям и реальность их участия в культурно-досуговой жизни страны.
- 3) Развитие платных социокультурных услуг и платежеспособность населения
- 4) Насколько эффективно административное регулирование деятельности организаций СКС?
- 5) Насколько эффективно экономическое регулирование деятельности организаций СКС?

3. Методические рекомендации по написанию контрольной работы

Контрольная работа учебным планом не предусмотрена.

4. Методические рекомендации по написанию курсовой работы

Экономика социально-культурной сферы как область изучения обладает существенной спецификой. Во-первых, сфера представлена различными отраслями (культура и искусство, образование, туризм и др.), что обуславливает большое разнообразие факторов размещения и развития входящих в нее организаций, а также разнообразие рынков товаров и услуг. Во-вторых, организации социально-культурной сферы по форме собственности и способам хозяйственной деятельности неоднородны, они входят в состав одного из трех секторов: государственного, неприбыльного или коммерческого, каждый из которых имеет собственный механизм экономического функционирования. Именно поэтому студенты в рамках изучения дисциплины «Экономика социально-культурной сферы» выполняют курсовую работу.

Цель ее выполнения - углубление теоретических знаний и формирование практических умений анализа макроэкономических явлений в социально-культурной сфере, выявление причин и факторов территориального размещения организаций социально-культурной сферы, анализ современных тенденций формирования рынков товаров и услуг в социально-культурной сфере, основных социально-экономических проблем и перспектив развития социально-культурной сферы в России.

Примерная тематика курсовой работы

1. Выявление факторов, влияющих на формирование и динамику социально-культурных потребностей населения.
2. Социально-культурная сфера как объект экономических исследований.

3. Проблемы и перспективы функционирования государственного сектора социально-культурной сферы в условиях рынка.
4. Сравнительная характеристика экономического функционирования неприбыльного сектора социально-культурной сферы в России и за рубежом.
5. Предпосылки и основные тенденции развития коммерческого сектора социально-культурной сферы.
6. Значение и динамика развития малого и среднего бизнеса в социально-культурной сфере.
7. Анализ современных тенденций формирования финансовых ресурсов социально-культурной сферы.
8. Факторы развития благотворительности и коммерческого инвестирования в социально-культурную сферу.
9. Анализ современных тенденций формирования материально-технической базы социально-культурной сферы.
10. Анализ кадрового потенциала организаций социально-культурной сферы.
11. Особенности и виды конкуренции в социально-культурной сфере.
12. Специфика неценовой конкуренции в сфере организации отдыха и развлечений.
13. Продукт сферы культуры и платежеспособный спрос.
14. Определение тенденций развития платных услуг в сфере образования (на примере региона, города).
15. Современная структура и анализ рынка культурных услуг (на примере региона, города).
16. Анализ тенденций развития рынка спортивно-оздоровительных услуг (на примере региона, города).
17. Современная структура и анализ рынка информационных услуг (на примере региона, города).
18. Современная структура и анализ рынка услуг шоу-бизнеса (на примере региона, города).
19. Выявление тенденций развития рынка гостиничных услуг (на примере региона, города).
20. Выявление тенденций развития рынка издательских услуг (на примере региона, города).
21. Анализ тенденций развития рынка туристических услуг (на примере региона, города).
22. Развитие рынка рекламных услуг (на примере региона, города).
23. Современные тенденции развития рынка услуг мобильной связи (на примере региона, города).
24. Современная структура и анализ рынка информационных услуг (на примере региона, города).
25. Выявление тенденций развития рынка банковских услуг населению (на примере региона, города).
26. Современные тенденции развития рынка страховых услуг
27. Состояние и перспективы развития рынка недвижимости (на примере города)
28. Проблемы и перспективы развития рынка ипотечного кредитования в России
29. Анализ социально-экономических факторов развития внутреннего и въездного туризма в России.
30. Предпосылки и основные тенденции экономического развития индустрии развлечений в России.
31. Экономические аспекты развития кино и видео бизнеса в России.
32. Проблемы и перспективы развития рынка услуг кино-показа в России
33. Проблемы и перспективы развития ресторанного бизнеса в России
34. Модельный бизнес: экономический аспект.

35. Арт - бизнес: экономический аспект.
36. Сравнительный анализ тенденций формирования рынков художественной культуры в России и за рубежом.
37. Выявление тенденций развития рынка цветочно-сувенирной продукции
38. Функции и экономическое значение развития вторичных продуктов и вторичных рынков в культуре и шоу-бизнесе.
39. Методы ценообразования, ценовая дифференциация и ценовая дискриминация в социально-культурной сфере.
40. Анализ ценовой политики некоммерческой организации культуры и искусства (образования).
41. Анализ ценовой политики коммерческой организации социально-культурной сферы (на примере формирования цен в туризме, шоу-бизнесе рекламном, издательском бизнесе и т.п.).
42. Сравнительная характеристика косвенного экономического регулирования деятельности организаций социально-культурной сферы в России и за рубежом.
43. Сравнительная характеристика прямого экономического регулирования деятельности организаций социально-культурной сферы в России и за рубежом.
44. Проблемы определения социальной и экономической эффективности функционирования социально-культурной сферы в условиях рынка.

*График выполнения курсовой работы
(для студентов очной формы обучения)*

Этапы выполнения курсовой работы	Срок
Выбор темы, написание заявления	до 15 сентября
Утверждение плана курсовой работы	до 20 сентября
Написание первой главы и отправка руководителю на рассмотрение	до 30 октября
Написание второй главы и отправка руководителю на рассмотрение	до 25 ноября
Представление окончательного варианта курсовой работы	до 01 декабря
Защита курсовой работы	до 10 декабря

По выбранной теме студент должен сформулировать цель курсовой работы и основные задачи. В зависимости от темы и, соответственно, проблемы, раскрываемой в курсовой работе, целью может выступать:

- выявление и постановка проблемы;
- методический подход к решению сформулированной проблемы;
- анализ конкретной социально-экономической ситуации.

В первом случае (выявление и постановка проблемы) в работе исследование может быть проведено на основе материалов, опубликованных в открытой печати или размещенных на сайтах Интернета. На основании этого исследования необходимо самостоятельно сделать обобщение и выявить проблемы, которые характерны для социально-культурной сферы в целом. Во втором случае (методические подходы к решению проблемы) в работе описывается проблема, доказывается наличие данной проблемы в конкретной отрасли социально-культурной сферы или конкретном секторе, а далее на практическом примере уточняются возможные пути ее решения. И, наконец, в последнем случае анализируется конкретная социально-экономическая ситуация, на основе анализа выявляются объективные и субъективные проблемы и формулируются возможные пути их решения. Таким образом, цель определяет структуру работы, круг литературных и информационных источников, содержание выводов и рекомендаций.

Работа начинается с подбора студентом экономической литературы по выбранной теме, сбора, проверки и обработки первичной литературной информации (примерный перечень рекомендуемой литературы приведен в настоящих методических указаниях). Сбор первичной информации для исследования осуществляется в организациях, имеющих

отношение к социально- культурной сфере. Работа должна содержать экономические и статистические показатели, характеризующие современные тенденции развития конкретных направлений социально-культурной деятельности за последние 3 года.

Порядок представления курсовой работы

Защита курсовой работы осуществляется в период промежуточной сессии (за 7 семестр) и служит основанием для допуска к сдаче зачета (для студентов очной формы обучения) и экзамена (для студентов заочной формы обучения).

Критерии оценки уровня выполнения и защиты курсовой работы:

Оценка курсовой работы проводится по 4-х балльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно).

При оценке принимаются во внимание следующие **критерии**:

- соответствие содержания работы названию темы;
- наличие обзора и анализа литературных (отечественных и зарубежных) и статистических источников;
- логическая и методическая выдержанность структуры курсовой работы;
- обоснованность и аргументированность выводов;
- качество оформления работы;
- авторство текста

Оценка	Критерии оценивания
Отлично	1). Теоретическая часть полно раскрывает суть проблемы, заявленной в теме, снабжена ссылками на источники информации, иллюстративным материалом (таблицы, схемы) и краткими выводами по главе. 2). Практическая (аналитическая) часть содержит: обзор (анализ) фактических показателей в динамике за три - пять последних лет, снабжена ссылками на источники информации, иллюстративным материалом (таблицы, графики, диаграммы) и краткими выводами по главе. 3) Список источников информации сформирован не менее, чем из 15 наименований, включая информационные ресурсы интернета. 4). Оформление текста полностью соответствует имеющимся в СПбГУП требованиям. 5). Доля авторского текста при проверке на плагиат составляет более 80%.
Хорошо	1). Теоретическая часть полно раскрывает суть проблемы, заявленной в теме, снабжена ссылками на источники информации, иллюстративным материалом (таблицы, схемы) и краткими выводами по главе. 2). Практическая (аналитическая) часть содержит: обзор (анализ) фактических показателей в динамике за три - пять последних лет, снабжена ссылками на источники информации, иллюстративным материалом (таблицы, графики, диаграммы) и краткими выводами по главе. 3) Список источников информации сформирован не менее, чем из 15 наименований, включая информационные ресурсы интернета. 4). Оформление текста полностью соответствует имеющимся в СПбГУП требованиям.

	5). Доля авторского текста при проверке на плагиат составляет более 80%.
Удовлетворительно	<p>1). Теоретическая часть поверхностно раскрывает суть проблемы, заявленной в теме, отсутствуют ссылки на источники информации и иллюстративный материал.</p> <p>2). Практическая (аналитическая) часть содержит: обзор (анализ) старых фактических показателей, мало иллюстративных материалов.</p> <p>3). Имеются замечания к оформлению текстового материала и списка источников информации.</p> <p>4). Доля авторского текста при проверке на плагиат составляет от 60 до 69%.</p>
Неудовлетворительно	Оценку «неудовлетворительно» заслуживает курсовая работа, в которой либо содержание работы не соответствует выбранной теме, либо доля авторского текста составляет менее 60%.

ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные и методические материалы включают в себя:

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

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

№ п\п	Контролируемые темы дисциплины	Код формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Наименование оценочного средства
1	Введение в дисциплину	ПК-1	ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; ПК-1.2. <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения	Участие в дискуссии, эссе
2	Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	ПК-1	ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы ПК-1.2. <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам	Участие в дискуссии, выполненное практическое задание, тест
3	Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	ПК-1	ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы; типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, типологию и специфику производства и реализации услуг в СКС ПК-1.2. <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с типологиями экономических благ	Участие в дискуссии, выполненное практическое задание, тест

4	Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы	ПК-1	<p>ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы; типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, типологию и специфику производства и реализации услуг в СКС; структуру материальных и трудовых ресурсов социально-культурной сферы</p> <p>ПК-1.2. <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с типологиями экономических благ; выявлять специальные ресурсы СКС (материальные, природные), необходимые для деятельности конкретных организаций; формулировать требования к трудовым ресурсам СКС в зависимости от вида деятельности предприятий и организаций.</p> <p>ПК-1.3. <i>Владеет</i> навыками выполнения аналитических обзоров, характеризующих конкретные экономические процессы и явления в СКС</p>	Участие в дискуссии, подготовка аналитических обзоров (презентации)
5	Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования	ПК-1	<p>ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы; типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, типологию и специфику производства и реализации услуг в СКС; структуру материальных и трудовых ресурсов социально-культурной сферы; структуру и источники формирования финансовых ресурсов организаций СКС;</p> <p>ПК-1.2. <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с типологиями экономических благ; выявлять специальные ресурсы СКС (материальные, природные), необходимые для деятельности конкретных организаций; формулировать требования к трудовым ресурсам СКС в зависимости от вида деятельности предприятий и организаций; выявлять внутренние и внешние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций СКС</p> <p>ПК-1.3. <i>Владеет</i> навыками выполнения практических заданий, характеризующих конкретные экономические процессы и явления в СКС</p>	Участие в дискуссии, выполнение практически задания, тестирование

6	Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	ПК-1	<p>ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы; типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, типологию и специфику производства и реализации услуг в СКС; структуру материальных и трудовых ресурсов социально-культурной сферы; структуру и источники формирования финансовых ресурсов организаций СКС; особенности ценообразования в социально-культурной сфере</p> <p>ПК-1.2 <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с типологиями экономических благ; выявлять специальные ресурсы СКС (материальные, природные), необходимые для деятельности конкретных организаций; формулировать требования к трудовым ресурсам СКС в зависимости от вида деятельности предприятий и организаций; выявлять внутренние и внешние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций СКС; использовать ценовую дифференциацию и дискриминацию для различных видов организаций, особенно сферы социально-культурных услуг</p> <p>ПК-1.3. <i>Владеет</i> навыками выполнения практических заданий, решения ситуационных задач характеризующих конкретные экономические процессы и явления в СКС</p>	Участие в дискуссии, подготовка аналитического обзора, решенные ситуационные задачи
7	Конкуренция в социально-культурной сфере	ПК-1	<p>ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы; типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, типологию и специфику производства и реализации услуг в СКС; структуру материальных и трудовых ресурсов социально-культурной сферы; структуру и источники формирования финансовых ресурсов организаций СКС; особенности ценообразования в социально-культурной сфере; виды конкуренции в социально-культурной сфере</p> <p>ПК-1.2 <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с типологиями</p>	Участие в круглом столе, выполненное практическое задание, выступление с презентацией

			экономических благ; выявлять специальные ресурсы СКС (материальные, природные), необходимые для деятельности конкретных организаций; формулировать требования к трудовым ресурсам СКС в зависимости от вида деятельности предприятий и организаций; выявлять внутренние и внешние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций СКС; использовать ценовую дифференциацию и дискриминацию для различных видов организаций, особенно сферы социально-культурных услуг; анализировать рынки товаров и услуг, выявлять уровень конкуренции и конкурентные преимущества для конкретных объектов ПК-1.3. <i>Владеет</i> навыками выполнения практических заданий характеризующих конкретные экономические процессы и явления в СКС	
8	Особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы	ПК-1	<p>ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы; типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, типологию и специфику производства и реализации услуг в СКС; структуру материальных и трудовых ресурсов социально-культурной сферы; структуру и источники формирования финансовых ресурсов организаций СКС; особенности ценообразования в социально-культурной сфере; виды конкуренции в социально-культурной сфере; особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы</p> <p>ПК-1.2 <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с типологиями экономических благ; выявлять специальные ресурсы СКС (материальные, природные), необходимые для деятельности конкретных организаций; формулировать требования к трудовым ресурсам СКС в зависимости от вида деятельности предприятий и организаций; выявлять внутренние и внешние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций СКС; использовать ценовую дифференциацию и дискриминацию для различных видов организаций, особенно сферы социально-культурных услуг; анализировать рынки товаров и услуг, выявлять уровень конкуренции и конкурентные преимущества для конкретных объектов;</p>	Решение ситуационных задач, выполнение кейс-задания, участие в деловой игре, тестирование

			<p>планировать доходы, расходы и ожидаемый чистый доход от зрелищных видов деятельности, разрабатывать сметы проведения отдельных массовых мероприятий;</p> <p>ПК-1.3. <i>Владеет</i> навыками выполнения практических заданий, решения ситуационных задач характеризующих конкретные экономические процессы и явления в СКС</p>	
9	Государственное регулирование и перспективы развития социально-культурной сферы	ПК-1	<p>ПК-1.1. <i>Знает</i> виды социально-культурных потребностей населения и их влияние на формирование СКС; понятие, состав и структуру социально-культурной сферы; типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, типологию и специфику производства и реализации услуг в СКС; структуру материальных и трудовых ресурсов социально-культурной сферы; структуру и источники формирования финансовых ресурсов организаций СКС; особенности ценообразования в социально-культурной сфере; виды конкуренции в социально-культурной сфере; особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы; формы и методы государственного регулирования функционирования отраслей СКС</p> <p>ПК-1.2 <i>Умеет</i> оценивать деятельность предприятий и организаций СКС в позиции их способности удовлетворять конкретные потребности населения; идентифицировать предприятия и организации СКС по различным признакам; соотносить продукты и услуги с типологиями экономических благ; выявлять специальные ресурсы СКС (материальные, природные), необходимые для деятельности конкретных организаций; формулировать требования к трудовым ресурсам СКС в зависимости от вида деятельности предприятий и организаций; выявлять внутренние и внешние источники формирования финансовых ресурсов коммерческих и некоммерческих организаций СКС; использовать ценовую дифференциацию и дискриминацию для различных видов организаций, особенно сферы социально-культурных услуг; анализировать рынки товаров и услуг, выявлять уровень конкуренции и конкурентные преимущества для конкретных объектов; планировать доходы, расходы и ожидаемый чистый доход от зрелищных видов деятельности, разрабатывать сметы проведения отдельных массовых мероприятий; собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих</p>	Подготовка сообщений и аналитических обзоров для круглого стола, выполнение кейс-задания, итоговое тестирование

			<p>деятельность предприятий и организаций СКС</p> <p>ПК-1.3. <i>Владеет</i> навыками решения ситуационных задач; выполнения практических заданий, характеризующих конкретные экономические процессы и явления в СКС; навыками использования данными отечественной и зарубежной статистики для аналитических исследований, а также студенческих дискуссий по проблемам развития предприятий и организаций социально-культурной сферы</p>	
Результат достижения планируемых результатов изучения дисциплины			Зачет, защита курсовой работы экзамен	

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

Критерии оценивания (текущий контроль)

1. Оценка «отлично» выставляется студенту, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практического задания, в логической последовательности излагает материал; смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы;

2. Оценка «хорошо» выставляется, если студент показал знание учебного материала, смог ответить почти полностью на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы;

3. Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент в целом освоил материал; однако, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы;

4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по теме практического задания, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы.

Критерий оценивания (зачет)

Знания, умения, навыки и компетенции студентов оцениваются следующими оценками: «зачтено», «не зачтено».

«зачтено» выставляется студенту при условии, что он показал знание основных положений учебной дисциплины, умение решить конкретную практическую задачу из числа предусмотренных рабочей программой, использовал рекомендованную и справочную литературу.

Основным условием получения оценки зачета является: посещаемость лекционных и семинарских занятий, хорошие успехи в выполнении практических заданий и тестирования, написании эссе, выступлениях с докладами и сообщениями.

«не зачтено» выставляется студенту при условии, если он показал отсутствие основных положений учебной дисциплины, не смог решить практическую задачу.

Критерий оценивания (экзамен)

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

Оценка	Критерии оценивания
«отлично»	студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, увязывает с практикой, свободно справляется с решением ситуационных задач и тестовыми заданиями, правильно обосновывает принятие решений, умеет самостоятельно обобщать программный материал, не допуская ошибок, знает дополнительную литературу по изучаемой дисциплине.
«хорошо»	студент твердо знает программный материал, грамотно и последовательно его излагает, увязывает с практикой, не допускает существенных неточностей в ответах на дополнительные вопросы, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками в выполнении тестовых заданий и решении задач, испытывает незначительные затруднения при самостоятельном обобщении программного материала.
«удовлетворительно»	студент усвоил только основной программный материал, но не знает его отдельных положений, в ответах допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, не в полной мере владеет умениями и навыками в выполнении тестовых заданий и решении задач, испытывает существенные затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
«неудовлетворительно»	студент не знает значительной части основного программного материала, в ответах допускает существенные ошибки, не владеет умениями и навыками в выполнении тестовых заданий и решении задач, не способен ответить на дополнительные вопросы.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Примерная тематика докладов (сообщений)

К теме 3:

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

К теме 4:

1. Структура материальных ресурсов предприятий и организаций по экономическим элементам;
2. Проблемы формирования материально-технической базы функционирования бюджетных организаций;
3. Специфические виды материальных ресурсов и их значение для развития различных направлений социальной деятельности;

4.Кадровый потенциал отраслей социально-культурной сферы (культура и искусство, туризм и др.);

5. Информационные ресурсы социальной сферы

К теме 5:

1.Бюджет Российской Федерации и планирование расходов на социально-культурные мероприятия;

2.Влияние нестабильности российской экономики на объемы государственного финансирования некоммерческих организаций социально-культурной сферы;

3. Федеральные целевые программы и их эффективность;

4. Эндаумент – фонды и тенденции их возникновения в России

3.Платные услуги и тенденции их расширения в социокультурной сфере;

4.Опыт благотворительности в России и за рубежом (сравнительная характеристика);

5.Благотворительность и спонсорство: сходство и различие;

6.Виды предпринимательской деятельности некоммерческих организаций.

К теме 9:

1) Государственная культурная политика России: куда идем и к чему придем?

2) Конституционные права граждан на доступ к культурным ценностям и реальность их участия в культурной жизни страны.

3) Развитие платных социокультурных услуг и платежеспособность населения

4) Проблемы эффективности административного регулирования деятельности организаций СКС

5) Проблемы эффективности экономического регулирования деятельности организаций СКС (прямого, косвенного)

Пояснение для выполнения задания: В течение каждого семестра студент должен подготовить не менее одного доклада (в письменном виде) и выступить не менее, чем с одним сообщением (устно).

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

Тематика рефератов

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

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

1. Влияние духовных потребностей на состав и динамику развития СКС.

2. Бюджетные и внебюджетные источники финансирования некоммерческих организаций социально-культурной сферы.

3. Вторичный продукт и вторичные рынки в театрах (музеях, шоу-бизнесе, сфере образования).

4. Коммерческие и некоммерческие организации социально-культурной сферы: сходство и различие целей и задач.

5. Косвенные методы государственного регулирования экономической деятельности организаций социально-культурной сферы и их эффективность.

6. Культура (образование): испытание рынком.

7. Механизм ценообразования на услуги в социально-культурной сфере.

8. Модели культурной политики государства.

9. Экономическая эффективность вложений в шоу-бизнес.

10. Планирование доходов и расходов при организации кино-показа.

11. Планирование доходов и расходов при организации концертной деятельности.
12. Платные услуги как источник формирования собственных средств некоммерческих организаций социально-культурной сферы.
13. Виды предпринимательской деятельности в сфере культуры.
14. Проблемы и перспективы развития предпринимательской деятельности некоммерческих организаций социально-культурной сферы.
15. Проблемы и перспективы финансирования образовательной деятельности.
16. Прямые методы государственного регулирования экономической деятельности организаций социально-культурной сферы и их эффективность.
17. Факторы, снижающие развитие благотворительной деятельности в России.
18. Спонсорские приоритеты в СКС.
19. Состав и тенденции формирования коммерческого сектора СКС.
20. Состав и тенденции формирования неприбыльного сектора СКС.
21. Социально-экономические предпосылки и основные тенденции развития индустрии развлечений в России.
22. Спонсорство (меценатство) как форма негосударственной поддержки организаций культуры и искусства.
23. Способы определения социальной и экономической эффективности деятельности организаций социально-культурной сферы.
24. Структура и тенденции формирования информационных ресурсов СКС
25. Структура и тенденции формирования материальных ресурсов СКС
26. Структура и тенденции формирования трудовых ресурсов СКС
27. Ценообразование в коммерческом секторе СКС
28. Ценообразование в государственном и неприбыльном секторах СКС.
29. Экономические последствия современной культурной политики государства в России.
30. Виды конкуренции в СКС.

Требования:

1) Из имеющегося списка тем студент выбирает ту, которая по своему содержанию соответствует пропущенному занятию, и должен раскрыть в реферате основные положения рассматриваемого вопроса, используя материалы лекций, литературу по данной теме и дополнительную информацию из любого другого источника, включая Интернет.

2) Реферат должен иметь объем не менее десяти страниц машинописного текста, список использованной литературы и других информационных источников должен составлять не менее пяти наименований. Реферат должен иметь титульный лист, на котором указывается название дисциплины, тема реферата и фамилия студента с указанием номера группы. Содержательная часть реферата должна быть сгруппирована в разделы, их количество зависит от выбранной темы и наличия конкретного материала. Реферат должен содержать выводы, самостоятельно сделанные студентом на основе рассмотренного материала по теме.

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

Тематика эссе (самостоятельные практические задания)

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

1. Работа должна соответствовать жанру эссе – представлять собой изложение в образной форме личных впечатлений, взглядов и представлений, подкрепленных аргументами и доводами.
2. Содержание эссе должно соответствовать заданной теме;

3. В эссе должно быть отражено следующее:

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

- аргументированное изложение одного - двух основных тезисов.

- вывод.

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

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

Тематика

1. *«Структура социально-культурных потребностей населения и ее влияние на механизмы формирования и развития предприятий социально-культурной сферы»* (тема 1)

Содержание задания: письменное изложение ответа студента на следующий вопрос:

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

2. *«Специфические виды ресурсов культуры и рекреации»* (тема 4).

Содержание задания: письменное изложение ответов на следующие вопросы:

- какими природными ресурсами и специально созданными объектами культурного и рекреационного назначения располагает конкретный город (область, регион);

- их современное состояние и использование для развития конкретных направлений социально-культурной деятельности.

При ответах на вопросы студенты должны использовать собственные наблюдения, а также интернет ресурсы, характеризующие состав специфических видов ресурсов тех городов (регионов), в которых они жили до поступления в вуз. Объем работы не должен превышать 2-3 страниц машинописного текста. Ссылка на источник информации обязательна. Срок выполнения задания – одна неделя.

3. *«Федеральные целевые программы как источник финансирования приоритетных направлений социально-культурной деятельности в России»* (тема 5).

Студент должен найти в Интернете сайт, посвященный Федеральным целевым программам, выбрать необходимую для выполнения задания программу и представить развернутые комментарии о значимости данной программы в целом, и конкретных мероприятий в рамках реализации программы (по выбору) для реализации культурной политики России. Объем работ не должен превышать 2-3 страниц машинописного текста. Срок выполнения работы – две недели. Ссылка на источник информации обязательна

4. *«Коммерческая и частная благотворительность в СКС»* (тема 5).

Студент должен найти в информационных ресурсах Интернета данные о любом благотворительном фонде, действующим на территории Российской Федерации (название, год создания, учредители, направления деятельности, механизм финансирования, основные социально-экономические показатели деятельности) и представить выбранную информацию с собственными комментариями об эффективности его деятельности. Объем работ не должен превышать 2-3 страниц машинописного текста. Ссылка на источник информации обязательна. Срок выполнения работы – две недели

5. *«Эндаумент - фонды в РФ»* (тема 5).

Студент должен найти в информационных ресурсах Интернета данные о любом эндаумент – фонде (в сфере культуры, науки, образования), действующим на территории Российской Федерации (название, год создания, учредители, направления деятельности, механизм финансирования, основные социально-экономические показатели деятельности)

и представить выбранную информацию с собственными комментариями об эффективности его деятельности. Объем работ не должен превышать 2-3 страниц машинописного текста. Ссылка на источник информации обязательна. Срок выполнения работы – две недели.

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

Круглый стол (с элементами дискуссии)

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

Примеры проблематики круглых столов и технологии их проведения

Тема 5. Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования

1. Проблема.

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

2. Концепция

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

3. Технология проведения

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

4. Ожидаемый результат

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

Критерии оценки.

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

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

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

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

Тема 8. Конкуренция в социально-культурной сфере

1. Проблема.

Ценовая и неценовая конкуренции в социально-культурной сфере и их оценка

2. Концепция

Анализ современных тенденций развития рынков отдельных социально-культурных услуг

3. Технология проведения

Круглый стол проводится в форме представления (презентации) студентами фактических данных структуре и динамике рынков социально-культурных услуг, проанализированных в рамках написания курсовой работы.

4. Ожидаемый результат

Дискуссия на тему «Виды конкуренций и их обострение (снижение) в сфере социально-культурных услуг»

Критерии оценки.

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

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

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

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

Ситуационные задачи

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

Примеры ситуационных задач к теме 8

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

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

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

Критерии оценки – за каждую правильно решенную задачу – 2 балла

Кейс-задачи

1. Дидактические цели кейсов:

Кейсы предназначены для более углубленного изучения студентами проблемы

функционирования в условиях рынка (острой конкуренции) как коммерческих, так и некоммерческих организаций социально-культурной сферы.

Основные задачи решения кейсов по данной дисциплине – формирование практических умений и навыков в области определения оптимально возможных источников финансирования деятельности некоммерческой организации в условиях рынка и повышение доходности коммерческих и некоммерческих организаций в условиях жесткой конкуренции и неустойчивого спроса..

2. *Технология проведения занятия* использованием КЕЙС-метода:

Семинарское занятие с использованием КЕЙС-метода рассчитано, как правило, на два академических часа (одна пара). Предварительно на лекции студентам дается самостоятельное задание - просмотреть кейс, найти и изучить официальный сайт объекта. На аудиторном занятии предложить разбиться на группы по 5-6 человек для дальнейшего обсуждения. Рекомендуется проверить уровень готовности студентов к выполнению задания (не более 20 минут) и поставить проблемные вопросы (5 минут). На обсуждение проблемной ситуации в группах выделить время около 25-30 минут. Оставшееся время вести обсуждение вариантов решений проблемы.

Пример кейс-задачи

Тема: «Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования»

СТРУКТУРА КЕЙСА

1. Сюжетная часть

Введение

В Москве находится Музей предпринимателей, меценатов и благотворителей. Музей открылся в 1991 году, основа коллекции – жизнь российских предпринимателей. За 20 лет работы Музею удалось собрать значительную коллекцию, насчитывающую свыше 2500 фотографий, документов, портретов, предметов профессиональной работы и личных вещей, являющихся памятниками замечательной деятельности создателей российской промышленности, торговли, финансовой системы. Сформирована библиотека (свыше 3000 единиц) с изданиями и информационными материалами по истории бизнеса, благотворительности и меценатства в России.

В музейной экспозиции: денежные банкноты, книги учета, акции, финансовые отчеты, дневники купцов, рекламные плакаты, образцы упаковок с рекламой, ремесленные инструменты, печати, атрибуты быта и светской жизни предпринимателей царской России. А также первые артефакты российского бизнеса начала 1990-х годов, например, гигантские мобильные трубки так называемых новых русских.

На какую аудиторию сейчас ориентируется музей: на детей (Рождество, Масленица, Пасха, день рождения ребенка, день ангела ребенка), студентов, взрослых.

Дополнительная информация об организации:

Бюджетный статус: Частная

Организационно-правовая форма: некоммерческое учреждение

Тип организации: культурно-массовая

Классификация организации: историческая

Штат – три человека (возраст сотрудников 49 лет, 76 лет и 83 года)

Показатель посещаемости – более 10 тыс. посещений в год

Помещение – двухэтажный особняк общей площадью 500 кв.метров

Площадь экспозиционно-выставочная - 260 кв. метров

Аренда (льготная): 150 тыс. руб. в месяц (у Департамента имущества г. Москвы).

Режим работы: С 13-00 до 18-00 по рабочим дням (в субботу и воскресенье – по предварительной договорённости).

Цены:

- входной билет (без экскурсии) - 100 руб.
- экскурсия по музею –1000 рублей при численности до 10 человек, или 100 рублей с человека при численности более 10 человек.

Источники финансирования музея:

- Пожертвование
- Доходы от музейных услуг
- Льготная арендная плата (форма государственной поддержки)

Проблемы:

Музею срочно необходимы средства на ремонт помещений первого этажа, ему хронически не хватает средств на покрытие текущих расходов (арендные и коммунальные платежи), закупку техники, подготовку изданий и проведение массовых мероприятий.

Как должен работать музей, чтобы:

1. Выйти на самоокупаемость;
2. Расширить аудиторию;
3. Найти новых партнеров;
4. Вести совместные проекты;
5. Быть «модным» местом.

Перечень источников информации:

- 1). Музей предпринимателей, меценатов и благотворителей - Электр. ресурс: режим доступа - <http://muzeum.me/>
- 2). Другие интернет-сайты, посвященные объекту и другим музеям России
- 3). Лекционный материал

2. Информационная часть

Дом купца Ивана Простякова, школа для мальчиков, столовая американского общества для голодающих, детская библиотека и советский краеведческий музей. Это прошлое двухэтажного особняка на улице Донской у метро «Октябрьская» в Москве. Сегодня в этом здании находится Музей предпринимателей, меценатов и благотворителей.

Казалось бы, уже одно слово «предприниматель» должно гарантировать музею какую-то адекватность современному рынку. Да, именно рынку, хотя в данном случае речь и идет о предметах культуры и искусства. Кроме того, музей – негосударственный, а, значит, он должен уметь работать по современным бизнес - технологиям, быть самоокупаемым.

Сегодня же музей просто живет, то есть выживает. Его коллекция пополняется, обновляется, она способна привлечь внимание, как и услуги, которые на платной основе предоставляет музей.

Но почему - же это все не работает? В какой из бизнес-моделей сегодня нуждается это заведение? Как наладить коммуникацию между теми, кому интересно узнать про принципы воспитания детей в семьях миллионеров, стратегию торговли на бирже 100 лет назад, способах приумножения капитала или наборе продуктов, которые русские банкиры съедали за обедом, и теми, кто обо всем этом рассказывает?

Как найти юридически и экономически идеальную модель взаимоотношений музея и партнеров из бизнес-среды? Как сделать помещения музея желанными для дискуссий и международных встреч?

В Европе сравнительно недавно стали учить культурному менеджменту. Ведь у общества и бизнеса всегда был и есть запрос на красоту, на память, на приятное... И все, что делает сегодняшняя культура, должно быть вплетено в общественную матрицу, в матрицу экономических отношений. Тогда все будет довольны. Как это сделать?

Интеллектуальные журналы и музеи стали заводить странички в Facebook. Теперь в этой панацее от некоммуникабельности можно зафрендиться с «Наукой и техникой», «Иностранной литературой» или московским Политехническим музеем.

Художники сами открывают магазины (пусть и временные) своего искусства, не ожидая заказов от галерей. Так сделали, например, Алексей Шульгин и Аристарх Чернышев.

А музеям иногда удается стать модными, востребованными и известными уже благодаря самой модели работы с клиентами. Самый яркий пример – Коломенский музей пастилы. Старый деревянный дом, интерьер из русских романов XIX века, работницы – тургеневские романтические барышни. Вы приходите в музей и покупаете билет на чаепитие. За чаепитием пробуете всевозможные сорта пастилы и слушаете историю этой сладости и города. Потом захотите в магазинчик музея, где эта пастила в красивых коробочках продается.

Ориентируется музей не на одиноких посетителей, а именно на группы и на туризм, который в Коломне называли познавательным. Музей самоокупается, плюс на доходы издает журналы, поднимая культурный дух маленького подмосковного городка.

3. Возможные направления решения проблемы:

1. *Сохранить традиции музея, менять идеологию, искать спонсоров в предпринимательской среде*

Варианты:

1.1 В условиях современной России тема меценатства и благотворительности в конце XIX - начале XX веков широкой публике совершенно неинтересна. 1.2 Если музей хочет выйти, хотя бы на уровень рентабельности, - надо менять идеологию, содержание и методы работы.

1.3 Упразднить традиционный взгляд на музей, как на большой склад, по которому проводят экскурсии, а рассматривать его как Центр предпринимательской культуры.

1.4 ...

2. *Сохранить традиции музея, не надеяться на спонсоров, искать внутренние источники формирования доходов*

Варианты:

2.1 Конечно хорошо, что всего за 50 руб. можно увидеть так много, но вспоминая о том, сколько стоит посмотреть экспозиции современного искусства (несколько предметов на всю выставку), сразу хочется повысить стоимость входа в данный музей раза в четыре.

2.2 Давать, по возможности, рекламу на большинстве предпринимательских площадок в Интернете. Неплохо было бы сотрудничать с сетевыми гостиницами и туристическими фирмами.

2.3 Почему бы музею не предложить себя в качестве недорогой площадки для какой-нибудь тематической клиентской вечеринки. Ведь антураж музея самый что ни на есть исторический, можно придумать красивую легенду и отлично вписать в стены старого дома концепцию ивента (Ивент. от англ. Event - развлекательное или рекламное представление, осуществляемое на театральной сцене, кино- или телеэкране, на спортивной или цирковой арене с использованием разного рода сюжетных ходов, изобразительных приёмов, световой техники, компьютерной графики и т. п.).

2.4 ...

3. *Перестать смотреть на объект как на музей, разрабатывать коммерческие проекты*

Варианты:

3.1 Необходимо переходить от системы «что вышло, то вышло» к постановке финансовых целей, стратегии их достижения и регулярной обратной связи. Должно быть понятно, какие продукты и какие объемы продаж позволят достигнуть финансовых целей, насколько эти цели выполнимы. Ежемесячно отслеживать финансовые результаты, и корректировать стратегию.

3.2 Сдавать помещения в аренду для проведения свадеб, корпоративов, открыть ресторан и пр.

3.3 Один британский студент по Интернету распродал свой монитор. Он нарезал монитор на кусочки и распродал. Все желающие присылали ему небольшие деньги и могли он-лайн посмотреть, как на его мониторе появился кусочек с их фамилией. Предлагаю музею продать одну из своих стен за 1 млн. рублей (нарезать ее на фрагменты и предложить бизнесу выкупить). Здесь будет и игра, и конкуренция.

Тестовые материалы

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

БАНК ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Общее количество тестовых заданий в базе – 100

Структура базы тестовых заданий по основным разделам дисциплины

№ темы п/п	Название темы	Номера тестовых заданий в базе
1	Введение в дисциплину	1-5
2.	Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	6-20
3.	Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	21-40
4.	Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы	41-50
5.	Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования	51-60
6.	Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	61-70
7.	Конкуренция в социально-культурной сфере	71-80
8.	Особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы	81-93
9.	Государственное регулирование и перспективы развития социально-культурной сферы	94-100
	Итого	

Тестовые задания размещены в электронном курсе по дисциплине «Экономика СКС», раздел «Контроль знаний» - <https://edu.gup.ru/course/view.php?id=222>

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Вопросы для подготовки к зачету (7 семестр)

1. Социально-культурная сфера как совокупность отраслей и направлений бизнеса, призванных удовлетворять духовные потребности населения: тенденции формирования и развития

2. Структура духовных потребностей населения, факторы, влияющие на их направленность и приоритеты.

3. Виды экономической деятельности в СКС

4. Коммерческие организации СКС: сущность, виды и механизм хозяйствования.

5. Некоммерческие организации СКС: сущность, виды и механизм хозяйствования.
6. Классификация организаций СКС по формам собственности, тенденции их распределения между отраслями и направлениями бизнеса в СКС.
7. Классификация организаций СКС по виду производимых и реализуемых продуктов.
8. Классификация организаций СКС по способу хозяйственной деятельности.
9. Государственный сектор СКС: современная структура.
10. Коммерческий (частный) сектор СКС: предпосылки возникновения принципы и современная структура.
11. Неприбыльный сектор СКС: предпосылки возникновения и современная структура.
12. Малый бизнес в СКС.
13. Природные, населенческие и экономические факторы территориального размещения организаций СКС.
14. Услуга как экономическая категория, специфика ее производства и реализации.
15. Классификация услуг в СКС.
16. Классификация материальных продуктов в СКС.
17. Коммерческий продукт организаций СКС: понятие, свойства, виды.
18. Некоммерческий продукт организаций СКС: понятие, свойства, виды.
19. Понятие и виды основных и дополнительных услуг организаций СКС.
20. Вторичные продукты организаций СКС.
22. Вторичные рынки в СКС.
23. Структура и тенденции формирования материальных ресурсов СКС.
24. Специфические виды природных и материальных ресурсов СКС.
25. Структура и тенденции формирования трудовых ресурсов СКС.
26. Бюджетные ассигнования как главный источник формирования ресурсов государственных и муниципальных учреждений СКС.
27. Фонды социального обеспечения и страхования как целевые внебюджетные источники финансирования отдельных направлений социальной политики государства.
28. Федеральные целевые программы как источники укрепления материально-технической базы СКС
29. Добровольные пожертвования как дополнительный источник формирования ресурсов организаций СКС. Формы добровольных пожертвований организациям СКС.
30. Платные виды социально-культурной деятельности как источники формирования собственных доходов организаций СКС.
31. Факторы, влияющие на уровень доходности организаций СКС от оказания платных услуг населению.
32. Предпринимательская деятельность как источник формирования собственных доходов некоммерческих организаций СКС.
33. Виды предпринимательской деятельности некоммерческих организаций СКС.
34. Факторы, формирующие спрос на продукты и услуги коммерческих и некоммерческих предприятий СКС

Вопросы для подготовки к экзамену (8 семестр)

1. Социально-культурная сфера как совокупность отраслей и направлений бизнеса, призванных удовлетворять духовные потребности населения: тенденции формирования и развития.
2. Структура социально-культурных потребностей населения, факторы, влияющие на их направленность и приоритеты.
3. Коммерческие организации СКС: сущность, виды и механизм хозяйствования.

4. Некоммерческие организации СКС: сущность, виды и механизм хозяйствования.
5. Коммерческие и некоммерческие организации СКС: различие целей и механизма хозяйствования
6. Классификация организаций СКС по формам собственности, тенденции их распределения между отраслями и направлениями бизнеса в СКС.
7. Классификация организаций СКС по виду производимых и реализуемых продуктов.
8. Классификация организаций СКС по видам экономической деятельности.
9. Характеристика классификатора экономических видов деятельности
10. Государственный сектор экономики СКС: принципы и тенденции формирования.
11. Неприбыльный сектор экономики СКС: принципы и тенденции формирования.
12. Государственный и неприбыльный секторы СКС: признаки сходства и различия входящих в них организаций
13. Коммерческий (частный) сектор экономики СКС: принципы и тенденции формирования.
14. Малые предприятия и их роль в развитии отдельных видов экономической деятельности в СКС.
15. Понятие и виды экономических благ
16. Услуга как экономическая категория, специфика ее производства и реализации.
17. Классификация услуг в СКС.
18. Классификация продуктов в СКС по степени вещественности и функциональным свойствам.
19. Материальный продукт и материальные услуги организаций СКС: сходство и различие
20. Производственные и информационные средства социально-культурной деятельности: понятие, назначение и виды.
21. Коммерческий продукт организаций СКС: понятие, свойства, виды.
22. Некоммерческий продукт организаций СКС: понятие, свойства, виды.
23. Понятие и виды основных и дополнительных услуг организаций СКС.
24. Вторичные продукты организаций СКС: понятие, задачи, проблемы производства.
25. Вторичные рынки организаций СКС: понятие и значение для организаций сферы творческо-интеллектуальных услуг
26. Вторичные рынки в культуре и шоу - бизнесе: экономическое сходство и различие.
27. Факторы, формирующие спрос на продукты и услуги коммерческих и некоммерческих предприятий СКС
28. Понятие самокупаемости услуг в СКС, механизм формирования самокупаемых цен.
29. Понятие и экономические условия предоставления услуг организаций СКС по льготным и символическим ценам.
30. Механизм коммерческого ценообразования, общая схема формирования коммерческой цены на услуги в СКС.
31. Некоммерческое ценообразование в СКС: задачи, общая схема формирования
32. Ценовая дифференциация и дискриминация в предоставлении услуг СКС.
33. Виды ценовой дискриминации в СКС.
34. Особенность и виды ценовой дифференциации в СКС
35. Конкуренция в СКС: особенность и виды.
36. Ценовая конкуренция в СКС: критерии и особенность для конкретных видов организаций

37. Неценовая конкуренция в СКС: критерии и особенность для конкретных видов организаций
38. Бюджетные и внебюджетные источники финансирования организаций СКС
39. Бюджетные ассигнования как источник формирования ресурсов государственных и муниципальных учреждений СКС: современные тенденции и перспективы
40. Казенные, бюджетные и автономные некоммерческие организации: отличия механизмов финансирования со стороны учредителя
41. Фонды социального обеспечения и страхования как целевые внебюджетные источники финансирования отдельных направлений социальной политики государства.
42. Федеральные целевые программы и их роль в финансировании СКС
43. Добровольные пожертвования как дополнительный источник формирования ресурсов организаций СКС.
44. Формы добровольных пожертвований организациям СКС.
45. Эндаумент-фонд: цель, механизм формирования и использования
46. Социально-творческие заказы и коммерческие договоры как источник формирования собственных доходов некоммерческих организаций СКС
47. Платные виды социально-культурной деятельности как источники формирования собственных доходов организаций СКС.
48. Факторы, влияющие на уровень доходности организаций СКС от оказания платных услуг населению.
49. Предпринимательская деятельность как источник формирования собственных доходов некоммерческих организаций СКС.
50. Виды предпринимательской деятельности некоммерческих организаций СКС.
51. Структура и тенденции формирования материальных ресурсов СКС.
52. Структура и тенденции формирования трудовых ресурсов СКС.
53. Специфические виды природных и материальных ресурсов СКС.
54. Административные формы и методы государственного регулирования деятельности организаций СКС.
55. Лицензирование отдельных видов социально-культурной деятельности: предпосылки и механизмы
56. Правовые формы и методы государственного регулирования деятельности организаций СКС.
57. Понятие и формы прямого государственного экономического регулирования деятельности организаций СКС.
58. Особенность косвенного экономического регулирования деятельности организаций СКС.
59. Особенности финансового планирования деятельности организаций СКС.
60. Сущность и факторы, обуславливающие краткосрочный характер финансового планирования в СКС.
61. Понятие многоуровневого характера планирования в СКС. Виды планов.
62. Методика планирования доходов и расходов зрелищных видов деятельности при фиксированных ценах на билеты.
63. Методика планирования доходов и расходов зрелищных видов деятельности при индивидуально разрабатываемых ценах на билеты.
64. Методика определения величины валового сбора от зрелищных видов деятельности.
65. Определение дохода владельца сценической площадки при заключении арендного договора
66. Особенности формирование чистого дохода владельца сценической площадки при заключении гарантийного договора.

67. Особенности формирования и распределения чистого дохода при заключении паритетного договора

68. Механизм обеспечения безубыточности коммерческих видов деятельности в СКС: постоянные и переменные затраты, маржа, точка безубыточности производства и реализации продуктов и услуг.

ГЛОССАРИЙ

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

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

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

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

Бюджет - сводный план сбора доходов и использования полученных средств на покрытие расходов федеральных или местных органов государственной власти.

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

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

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

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

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

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

Инвестирование - направление денег на приобретение дополнительного капитала.

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

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

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

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

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

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

Коммуникация является основой всех видов социального и личного взаимодействия.

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

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

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

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

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

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

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

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

Основные производственные фонды (средства) — средства труда, которые многократно участвуют в производственном процессе, выполняя качественно различные функции. Постепенно изнашиваясь, они переносят свою стоимость на созданный продукт по частям в течение ряда лет в виде амортизационных отчислений

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

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

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

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

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

- по сферам деятельности: потребности труда, познания, общения, отдыха;
- по объекту потребностей: материальные, духовные, этические, эстетические и др. потребности;

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

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

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

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

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

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

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

Прямое экономическое регулирование – осуществляется государством в формах безвозвратного целевого финансирования секторов, территорий, организаций (бюджетные ассигнования, общие и целевые трансферты, субсидии, гранты).

Рекреация - восстановление здоровья и трудоспособности путем отдыха вне жилища: на природе, в туристической поездке и т.п.

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

- обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности;

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

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

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

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

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

Социальные потребности - потребности, обусловленные общественной природой человека.

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

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

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

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

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

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

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

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

Трудовые ресурсы социально-культурной сферы – совокупность творческих работников, специалистов по социальной работе, управленческий, педагогический, медицинский, вспомогательный и иной персонал, работающий в организациях социально-культурной сферы.

Туристские ресурсы - по законодательству РФ - природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать

восстановлению и развитию их физических сил. Туристские ресурсы фиксируются в кадастре.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Электронный бизнес - бизнес, основанный на использовании информационных технологий с тем, чтобы обеспечить оптимальное взаимодействие деловых партнеров и создать интегрированную цепочку добавленной стоимости. Электронный бизнес включает: продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей и поддержку партнерских отношений.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Цель изучения дисциплины - овладение студентами теоретическими основами экономики социально-культурной сферы, практическими навыками организации финансово-экономической деятельности коммерческих и некоммерческих организаций.

К числу наиболее важных **задач**, связанных с освоением дисциплины «Экономика социально-культурной сферы», следует отнести формирование у студентов умений и навыков работы с нормативными документами, экономической литературой, информационными ресурсами Internet, посвященных экономическим проблемам социально-культурной сферы, усвоение студентами специальной экономической терминологии, развитие экономического мышления.

Формы промежуточной аттестации – **зачет, защита курсовой работы, экзамен.**

Краткие рекомендации для проведения лекционных занятий (по темам)

Тема 1. Цель: введение в дисциплину. Задачи: показать взаимосвязь между наличием культурных потребностей населения, процесс формирования и видоизменения которых обусловлен рядом социально-психологических факторов, и функционированием (возникновением, развитием, исчезновением) организаций, способных эти потребности удовлетворять либо посредством создания определенных продуктов, либо путем оказания соответствующих услуг.

Следует учитывать, что данная учебная дисциплина является единственной в учебном плане подготовки бакалавров социально- культурной деятельности, в которой студенты изучают понятия и механизмы экономики социально-культурной сферы. Поэтому желательно особое внимание в ходе лекции обращать внимание студентов на экономическую терминологию.

Тема 2. Цель и задачи изучения темы: научить студентов различать и анализировать сущность различных подходов к определению состава и структуры социально-культурной сферы.

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

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

Тема 3. Цель: ознакомить студентов с разнообразием продуктов предприятий социально-культурной сферы, изучить типологии продуктов организаций социально-культурной сферы в зависимости от различных признаков.

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

классификации материальных продуктов и услуг социокультурной сферы по различным признакам.

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

Тема 4-5. Цель: изучить структуру, принципы и механизм формирования ресурсов социально-культурной сферы (материальных, информационных, трудовых, финансовых).

При изложении темы 4 следует иметь в виду, что материальные и трудовые входящие в классический для экономики перечень, имеют применительно к специфике социальной сферы целый ряд особенностей в трактовке и понимании. Например, при изучении вопроса, касающегося структуре материальных ресурсов, особое внимание уделено таким специфическим видам, как «естественные блага», активно используемые в здравоохранении, сфере санаторно-курортного отдыха и т.п.

В рамках изложения темы 5, следует особое внимание уделять тому, что для организаций социокультурной сферы характерным является множественность источников финансирования (в отличие от сферы материального производства). Кроме того структура финансовых ресурсов и источники их формирования различна для коммерческих и некоммерческих организаций. Особое внимание следует уделить современным тенденциям и проблемам формирования финансовых ресурсов государственных учреждений социальной сферы из различных источников не только в России, но и в развитых европейских странах.

Тема 6. Цель: рассмотреть специфику ценообразования в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций социально-культурной сферы, специфику финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы с разным типом хозяйственной деятельности.

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

Тема 7. Цель изучения темы: выявление особенностей формирования конкурентоспособности организаций социально-культурной сферы, и их продуктов.

Рекомендуется учесть, что основные теоретические положения по данной теме были освоены студентами в курсах «Микроэкономика», «Организация предпринимательской деятельности в СКС», «Маркетинг» и др. Поэтому актуальность ее изучения связана в первую очередь с выявлением определенной специфики. Например, для социально-культурной сферы важной и актуальной является неценовая конкуренция, при которой на первый план выступает качество предоставляемой услуги (при относительно унифицированных ценах) в туризме, гостиничном бизнесе, образовании и т. п.

Своеобразие социально-культурной сферы заключается также в преобладании в ней совершенной конкуренции, в то время как в сфере материального производства господствуют, как правило, различные формы несовершенной конкуренции (монополии, монополистическая конкуренция и т. п.).

Тема 8. Цель: рассмотреть специфику финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы с разным типом хозяйственной деятельности.

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

Тема 9. Цель и задачи изучения темы: рассмотреть основные задачи государственной культурной политики, эффективность функционирования организаций социально-культурной сферы, целесообразность и способы государственного регулирования экономической деятельности коммерческих и некоммерческих организаций культуры и искусства в рыночных условиях.

Методические рекомендации для преподавателей

Тема занятия	Виды учебных занятий	Способы учебной деятельности	Методы обучения, формы педагогического общения	Средства обучения	Формы контроля
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Введение в специальность	Лекция	Коллективный	<i>метод</i> - объяснительно-иллюстративный <i>форма общения</i> – монолог с элементами диалога	Печатные, материалы, размещенные в электронном курсе	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинары	Коллективный-индивидуальный	Дискуссионный метод Формы: - диалог (преподаватель – студенты) - полилог (дискуссия)	печатные (монография) материалы, размещенные в электронном курсе	Дискуссия, индивидуальное выполнение практического задания (эссе)
Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	Печатные, материалы, размещенные в электронном курсе	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинары	Коллективный-индивидуальный	Дискуссионный метод Формы: - диалог (преподаватель – студенты) - полилог (дискуссия)	печатные (монография), материалы, размещенные в электронном курсе	Дискуссия, доклады (сообщения) тестирование
Типологии	Лекции	Коллектив	Сочетание методов:	Печатные,	Устные ответы

продуктов организаци й социально-культурной сферы, специфика производства и реализации		ный	- объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	материалы, размещенные в электронном курсе	студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинары	Коллективный-индивидуальный	Дискуссионный метод Формы: - диалог (преподаватель – студенты) - полилог (дискуссия)	печатные (монография, научные статьи) материалы, размещенные в электронном курсе	Дискуссия, Выполнение практических заданий, тестирование
Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	Печатные, материалы, размещенные в электронном курсе	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинары	Коллективный	Дискуссионный метод Формы: - диалог - полилог	Печатные, информационные ресурсы интернета	Дискуссия, презентация выполненных самостоятельных заданий
Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	Печатные, материалы, размещенные в электронном курсе	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинары	Коллективный, работа в малой группе, индивидуальный	Дискуссионный метод Формы: - диалог - полилог (внутри группы)	Печатные (монография) ресурсы интернета	Написание эссе, презентация выполненных самостоятельных заданий тестирование
Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	Печатные, ресурсы интернета, материалы, размещенные в электронном курсе	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинары	Коллективный-индивидуальный	Методы: - дискуссионный - объяснительно-иллюстративный (обсуждение самостоятельного задания);	Печатные, ресурсы интернета	дискуссия, круглый стол, обсуждение подготовленных аналитических обзоров по ценам

Конкуренция в социально-культурной сфере	Лекции	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	Печатные, ресурсы интернета, материалы, размещенные в электронном курсе	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинары	Коллективный-индивидуальный	Методы: - дискуссионный - объяснительно-иллюстративный (обсуждение самостоятельного задания);	Печатные, ресурсы интернета	дискуссия, круглый стол, подготовка аналитических обзоров по рынкам товаров и услуг
Особенности и финансовое планирование деятельности и коммерческих и некоммерческих организаций	Лекция	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	Печатные, материалы, размещенные в электронном курсе	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	Семинары	Коллективный-Индивидуальный Работа в малой группе	Методы: - дискуссионный - объяснительно-иллюстративный (выдача самостоятельного задания); -решение задач	Печатные, материалы, размещенные в электронном курсе	Решение и обсуждение ситуационных задач обсуждение выполненного самостоятельного задания (гастроли)
Государственное регулирование и перспективы развития социально-культурной сферы	лекция	Коллективный	Сочетание методов: - объяснительно-иллюстративного; - метода проблемного изложения материала Форма: диалог	Печатные, материалы, размещенные в электронном курсе	Устные ответы студентов на вопросы преподавателя по теме (по ходу лекции или в конце занятия)
	семинары	Коллективный, индивидуальный	Дискуссионный метод Формы: - диалог - полилог	Печатные, ресурсы интернета, материалы, размещенные в электронном курсе	Дискуссия, доклады (сообщения), деловая игра, тестирование

Тематический план изучения дисциплины «Экономика СКС»

Год набора: 2022 Форма обучения: очная

Наименование разделов и тем	Всего	Трудоемкость по дисциплине					СРС	Формируемые компетенции
		контакт т. работа	в т.ч.					
			лекции и	лаб. работ ы	прак т./ сем			
Введение в дисциплину	20	8	4		4	12	ПК-1	
Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	28	16	8		8	12	ПК-1	
Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	28	16	8		8	12	ПК-1	
Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы	20	8	4		4	12	ПК-1	
Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования	28	16	8		8	12	ПК-1	
Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	20	8	4		4	12	ПК-1	
Конкуренция в социально-культурной сфере	22	10	4		6	12	ПК-1	
Особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы	32	16	8		8	16	ПК-1	
Государственное регулирование и перспективы развития социально-культурной сферы	27	10	4		6	17	ПК-1	
Контроль Курсовая работа	27	27						
Итого по дисциплине	252	135	52		56	117		
Зачетных единиц	7							

Тематический план изучения дисциплины «Экономика СКС»

Год набора: 2022 Форма обучения: очно-заочная

Наименование разделов и тем	Всего	Трудоемкость по дисциплине					СРС	Формируемые компетенции
		контакт т. работа	в т.ч.					
			лекции и	лаб. работ ы	прак т./ сем			
Введение в дисциплину	20	2	-		2	18	ПК-1	
Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	26	6	4		2	20	ПК-1	
Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	28	8	4		4	20	ПК-1	
Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы	22	4	2		2	18	ПК-1	
Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования	28	8	4		4	20	ПК-1	
Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	22	4	2		2	18	ПК-1	
Конкуренция в социально-культурной сфере	24	4	2		2	20	ПК-1	
Особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы	31	10	4		6	21	ПК-1	
Государственное регулирование и перспективы развития социально-культурной сферы	24	6	2		4	18	ПК-1	
Контроль	27	27						
Курсовая работа								
Итого по дисциплине	252	79	24		28	173		
Зачетных единиц	7							

Тематический план изучения дисциплины «Экономика СКС»

Год набора: 2021

Форма обучения: заочная

Наименование разделов и тем	Всего	Трудоемкость по дисциплине					СРС	Формируемые компетенции
		контакт - работа	в т.ч.					
			лекци и	лаб. работ ы	прак т./ сем			
Введение в дисциплину	25	-	-		-	25	ПК-1	
Понятие, состав и структура социально-культурной сферы	28	2	1		1	26	ПК-1	
Типологии продуктов организаций социально-культурной сферы, специфика производства и реализации	30	2	1		1	28	ПК-1	
Материальные и трудовые ресурсы социально-культурной сферы	22	-	-		-	22	ПК-1	
Финансовые ресурсы социально-культурной сферы и источники их формирования	29	4	2		2	25	ПК-1	
Особенности ценообразования в социально-культурной сфере	25	-	-		-	25	ПК-1	
Конкуренция в социально-культурной сфере	27	2	2		-	25	ПК-1	
Особенности финансового планирования деятельности организаций социально-культурной сферы	29	4	2		2	25	ПК-1	
Государственное регулирование и перспективы развития социально-культурной сферы	28	2	2			26	ПК-1	
Контроль	9	9						
Итого по дисциплине	252	25	10		6	227		
Зачетных единиц	6							