

Министерство культуры, туризма и архивного дела Республики Коми  
Государственное автономное учреждение Республики Коми  
«Центр народного творчества и повышения квалификации»  
Структурное подразделение «Учебный центр»

Копия верна

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГАУ РК «ЦНТиПК»  
Г.И. Кузнецова  
« 20 » февраля 2018 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**«Современные технологии управления в сфере культуры»**

**Автор-составитель: Шмытова Е. В.**, ведущий методист отдела организации учебного процесса структурного подразделения «Учебный центр» ГАУ РК «ЦНТИПК»

**Регистрационный № \_\_\_\_\_**

## Пояснительная записка

Актуальность данной программы заключается в необходимости повышения профессиональной компетентности муниципальных и государственных гражданских служащих, руководителей муниципальных учреждений культуры.

**Категория слушателей:** заместители руководителей администраций муниципальных образований, курирующих социальное направление, в т. ч. сферу культуры, руководители органов управления культуры муниципальных образований, руководители муниципальных учреждений культуры, а также специалисты государственной гражданской службы сферы культуры и искусства, имеющие высшее образование в области культуры и искусства, а также, имеющие высшее образование по направлениям государственного и муниципального управления.

Программа разработана в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 N. 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации (Минздравсоцразвития России) от 30 марта 2011 г. N 251н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников культуры, искусства и кинематографии»; приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», Порядком разработки, утверждения и реализации дополнительных профессиональных программ повышения квалификации (приказ ГАУ РК «ЦНТиПК» от 14 апреля 2015 г. №26-од); и другими нормативно-правовыми документами, регулирующими деятельность в системе дополнительного профессионального образования.

**Цель реализации программы:** совершенствование знаний муниципальных и государственных гражданских служащих, руководителей муниципальных учреждений культуры, выработка полезных компетенций, умений и навыков для успешного выполнения профессиональной деятельности в соответствии с современными направлениями развития сферы культуры и с применением современных технологий.

Программа «Современные технологии управления в сфере культуры» открывает новые возможности для овладения самыми современными методами маркетинг - менеджмента проектов, эффективного управления ресурсами, внедренческими технологиями и идеями, ориентированными на развитие и успех.

### **Задачи:**

- обновить и систематизировать знания в сфере экономического и правового регулирования в области управления социокультурной сферой на государственном и муниципальном уровне;
- обновить и систематизировать теоретические и практические знания, обеспечить их единство в целях осуществления профессиональной деятельности в области государственного и муниципального управления сферой культуры;
- освоить современные подходы и концепции управления, используя эффективные модели маркетинг – менеджмента, необходимые для осуществления эффективной маркетинговой и туристической деятельности учреждений культуры.

### **Структура программы:**

Содержание всей программы строится на логическом и последовательном выстраивании взаимосвязанных модулей.

Программа включает 2 модуля, которые представляют собой самостоятельные компоненты, но вместе с тем, тесно взаимосвязаны, объединены основными целями и

задачами, а также направленностью на осуществление успешного развития сети учреждений культуры, продвижения его услуг.

Первый модуль имеет теоретическую направленность и раскрывает стратегические направления развития социокультурной сферы на государственном и муниципальном уровне в целом, и сети культурно – досуговых учреждений, в частности.

Второй модуль предусматривает изучение современных маркетинговых технологий в управлении культурой на муниципальном уровне, направленных на успешное и эффективное функционирование учреждений сферы культуры и опыта их применения.

### **Требования к уровню освоения слушателями содержания программы**

Сфера применения слушателями полученных профессиональных компетенций, умений и знаний: организационно – управленческая; проектная.

Слушатель, освоивший программу, должен:

#### **Знать:**

- современную нормативно – правовую и законодательную базу сопровождения и реализации социокультурной политики государства и региона на территории муниципалитета;
- сущность концепции интегрированного маркетинга (классического и некоммерческого), как коммуникационной концепции активного использования общественных связей, политики интегрирования, партнерства всех участников процесса маркетинговых коммуникаций.
- современные направления, принципы общего и стратегического управления сетью учреждений культуры на уровне муниципалитета.

#### **Уметь:**

- экспертно оценивать международный и национальный опыт развития культуры и применять его на практике;
- применять знание современной нормативно – правовой и законодательной базы сопровождения и реализации социокультурной политики государства и региона для развития и успешного функционирования учреждений культуры на территории муниципалитета;
- разрабатывать креативные инновационные проекты, реализующие региональную политику в сфере культуры, оценивать их социальную и экономическую эффективность;
- проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования;
- применять на практике методы анализа и прогнозирования в организации и управлении учреждениями культуры на муниципальном уровне;
- определять пути реализации социокультурных проектов с целью повышения имиджа и туристской привлекательности своих территорий.

#### **Владеть:**

- способностью применять информационно – коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования;
- способностью разрабатывать социально – экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ;
- приемами использования современных информационных и телекоммуникационных технологий;

- приемами и методами ведения диалога с представителями бизнеса, государственных структур и гражданского общества в целях создания и реализации проектов и программ в сфере культуры, развития партнерских отношений.

**Формы учебной работа:** лекции, практические занятия.

**Формы итогового контроля:** освоение программы завершается итоговой аттестацией в форме зачета. Зачет может быть устным или письменным. Слушателям, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

**Учебный план**  
**дополнительной профессиональной программы повышения квалификации**  
**«Современные технологии управления в сфере культуры»**

№ п/п	Наименование разделов, модулей	Всего, час	В том числе	
			Лекции	Практические занятия (самостоятельная работа)
1.	Модуль 1. Стратегические направления развития сети учреждений культуры в современных условиях.	5	5	-
2.	Модуль 2. Маркетинговые технологии в управлении культурой.	11	8	3
	<b>Итоговая аттестация (зачет)</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
	<b>Итого:</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>4</b>

**Учебно-тематический план**  
**дополнительной профессиональной программы повышения квалификации**  
**«Современные технологии управления в сфере культуры»**

**Цель:** совершенствование и актуализация знаний муниципальных и государственных гражданских служащих, руководителей муниципальных учреждений культуры, выработка полезных компетенций, умений и навыков для успешного выполнения профессиональной деятельности с применением современных технологий маркетинг – менеджмента и в соответствии с современными стратегическими направлениями развития отрасли культура. Формирование системного подхода к современным особенностям, условиям, моделям управления культурой на примере международного и отечественного опыта.

**Категория слушателей:** заместители руководителей администраций муниципальных образований, курирующих социальное направление, в т. ч. сферу культуры, руководители органов управления культуры муниципальных образований, руководители

муниципальных учреждений культуры, а также специалисты государственной гражданской службы сферы культуры и искусства.

**Форма обучения** – очная (с отрывом от работы).

**Продолжительность обучения:** 17 часов.

**Режим занятий:** 8 часов в день.

**Форма итоговой аттестации:** зачет.

№ п/п	Наименование разделов, модулей, тем	Всего, час	В том числе	
			Лекции	Практические занятия (самостоятельная работа)
1.	<b>Модуль 1. Стратегические направления развития сети учреждений культуры в современных условиях.</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>1</b>
	Тема 1. Инновационная деятельность учреждений культуры клубного типа в контексте Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года и Проекта Концепции клубной деятельности.	1	1	-
	Тема 2. Стратегия модернизации учреждений культуры. Новые модели и типы учреждений культуры.	4	4	-
	Тема 3. Модели государственной поддержки культуры на современном этапе.	3	2	1
2.	<b>Модуль 2. Маркетинговые технологии в управлении культурой.</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
	Тема 1. Социокультурное проектирование. брендинг территории, событийный туризм.	4	2	2
	Тема 2. Маркетинг и PR в сфере культуры.	4	3	1
	<b>Итоговая аттестация (зачет)</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
	<b>Итого:</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>5</b>

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**модуля «Стратегические направления развития сети учреждений культуры в современных условиях»**  
**дополнительной профессиональной программы повышения квалификации**  
**«Современные технологии управления в сфере культуры»**

**Введение.**

Модуль имеет теоретическую направленность и раскрывает особенности инновационной деятельности и модернизации учреждений культуры в соответствии с государственной политикой и современной законодательной и нормативной базой в

области культуры, расставляет акценты форм поддержки отрасли культура на государственном уровне с переходом к муниципальному.

Планируемые результаты: обновление и актуализация знаний экономического, правового регулирования в области управления в сфере культуры.

**Формы и методы:** лекции.

### **Перечень и содержание тем учебной программы.**

**Тема 1. Инновационная деятельность учреждений культуры клубного типа в контексте Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года и Проекта Концепции клубной деятельности.**

Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года: ключевые моменты. Проект Концепции клубной деятельности: ключевые моменты. Инновационная деятельность учреждений культуры, в частности учреждений культуры клубного типа. Особенности, направления и проблемы внедрения инновационных процессов в управлении учреждениями культурно – досугового типа.

**Тема 2. Стратегия модернизации учреждений культуры. Новые модели и типы учреждений культуры.**

Характеристика основных целей модернизации системы управления отраслью культуры. Создание системы управления культурными процессами: потенциальные возможности управления ресурсами; новая роль и статус органа управления культурой муниципального уровня; цели, задачи, функции органов управления культуры муниципального уровня. Совершенствование правовых механизмов управления отраслью. Основные моменты модернизации сети учреждений культуры. Новые модели и типы учреждений культуры. Организационно – правовые формы и оптимизация структуры. Реорганизация муниципальных учреждений культуры на основе новых организационно – правовых форм. Обзор международного и российского опыта.

**Тема 3. Модели государственной поддержки культуры на современном этапе.**

Культура как опекаемое благо. Основные концепции и теории государственной поддержки отрасли культура. Модели поддержки: характеристика и сравнительный анализ. Патерналистская: основные моменты. Инвестиционная модель поддержки и теория «человеческого капитала». Стимулирующая, как модель государственного инвестирования в сферу культуры на конкурсной основе. Программное и проектное финансирование как основная форма поддержки (наработка практики устойчивых механизмов поддержки творческих индустрий в регионах и городах России). Гранты как путь улучшения финансового положения организаций культуры и содействия их адаптации к рыночной среде.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**модуля «Маркетинговые технологии в управлении культурой»  
дополнительной профессиональной программы повышения квалификации  
«Современные технологии управления в сфере культуры»**

## **Введение.**

Данный модуль программы является теоретико – практическим. Теоретические вопросы маркетинговых технологий раскрываются через демонстрацию опыта их применения в учреждениях культуры за рубежом и в Российской Федерации.

Планируемые результаты: обновление и актуализация знаний экономического, правового регулирования в области управления в сфере культуры.

**Формы и методы:** лекции, тренинги.

## **Перечень и содержание тем учебной программы.**

### **Тема 1. Социокультурные технологии в проектировании, брендинге территорий и событийного туризма.**

Современные технологии организации массовых мероприятий как основа для социокультурного проекта. Социокультурный проект как инструмент брендинга территории. Реализация проекта как выход на брендинг. Брендинг и развитие событийного туризма. Обзор отечественного опыта. Продвижение культурного бренда – практический аспект.

### **Тема 2. Маркетинг и PR в сфере культуры.**

Особенности продвижения культурного продукта: маркетинговые коммуникации; коммуникационные каналы; каналы продвижения услуг. Принципы действия каналов продвижения: узнавание и напоминание; адресность и дифференцированность; интерактивность. Разработка технологии PR – деятельности. Фандрайзинговые технологии. Общественно – государственное и др. виды партнерства. Обзор зарубежного и российского опыта в сравнении.

## **Материалы для проведения итоговой аттестации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Современные технологии управления в сфере культуры»**

Итоговая аттестация проводится в форме зачета. Зачет проводится по системе тестирования. В этом случае оценивается процент правильно данных ответов по следующей шкале: ниже 80 % ответов, правильно и полно раскрывающих суть вопроса – незачет, выше 80% - зачет считается сданным.

### **Тест к зачету:**

- 1. Какой документ является основным законодательным актом в сфере культуры:**
  - а) Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;
  - б) Федеральный закон «О некоммерческих организациях»;
  - в) Закон Российской Федерации «Основы законодательства о культуре»;

2. Закон Российской Федерации № 3612-І «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» был принят в:
- 1992;
  - 2012;
  - 1995;
  - 2000.
3. Смысл и направленность государственной политики в сфере культуры:
- направленность на организацию, развитие и проектирование культуры;
  - изучение потребностей рынков;
  - руководство производством священных религиозных предметов;
  - реставрация художественных памятников.
4. Культурная политика решает задачи:
- познания объективных закономерностей развития культурных явлений;
  - изучения и формирования принципов и технологий управления культурными процессами;
  - описания и интерпретации культурных событий;
  - анализа семантики культурных объектов.
5. Какой документ в системе управления учреждением культуры разрабатывается по следующим параметрам: « Общие положения, цели и задачи, основные направления деятельности, управление учреждением, имущество и средства, реорганизация и ликвидация учреждения»:
- устав;
  - программа развития;
  - план работы;
  - должностные инструкции.
6. Какая из технологий решает задачу разработки и реализации федеральных, региональных, муниципальных и иных целевых программ поддержки и развития социокультурной сферы:
- технология менеджмента;
  - технологии маркетинга;
  - проектные технологии;
  - информационные технологии.
7. Как называется направление менеджмента по привлечению и аккумуляции внешних источников финансирования:
- ресурсное обеспечение;
  - фандрайзинг;
  - маркетинг;
  - финансовое снабжение.
8. Как в ФЗ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» называются материальные и духовные ценности, созданные в прошлом, а также памятники и историко – культурные территории и объекты, значимые для сохранения и развития самобытности Российской Федерации и всех её народов, их вклада в мировую цивилизацию:
- культурное достояние;
  - культурная собственность;
  - культурное имущество;
  - культурное наследие.
9. Как называется понятие, включающее в себя элементы социального и культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению и сохраняющиеся в течение длительного времени:
- обычай;
  - ритуал;

- в) обряд;
  - г) традиция.
- 10. Разновидность культуры, сознательно ориентирующей свои материальные и духовные ценности на усредненного потребителя:**
- а) потребительская культура;
  - б) массовая культура;
  - в) коммерческая культура;
  - г) популярная культура.
- 11. Концептуальные основы общественно – государственного партнерства, в т. ч. круг прав и обязанностей сторон по отношению друг к другу и населению характеризуются:**
- а) наличием целостной нормативной базы;
  - б) отсутствием целостной нормативной базы.
- 12. Порядок взаимодействия гражданского общества и государственных органов:**
- а) формальные критерии;
  - б) неформальные критерии;
  - в) одновременно и формальные и неформальные.
- 13. Распределение организаций гражданского общества по организационно – правовым формам юридических лиц, установленных российским законодательством:**
- а) не является информативным с точки зрения привлечения их к процессу публичного управления;
  - б) является информативным с точки зрения привлечения их к процессу публичного управления;
  - в) является частично информативным с точки зрения привлечения их к процессу публичного управления.
- 14. Модель многоканального финансирования культуры в России:**
- а) де факто сложилась;
  - б) не сложилась;
  - в) в процессе формирования.
- 15. Государственные и муниципальные учреждения культуры:**
- а) могут быть получателями дохода от целевого капитала;
  - б) не могут быть получателями дохода от целевого капитала.

**Условия реализации  
дополнительной профессиональной программы повышения квалификации  
«Современные технологии управления в сфере культуры»**

**Материально-техническое обеспечение**

Учебный кабинет № 411 имеет следующее основное оборудование (средства обучения):

- учебные столы; стулья; доска магнитно-маркерная; интерактивная доска; мультимедийный проектор; видеодвойка; DVD-плеер; музыкальный центр; пианино;

компьютерный парк; Интернет; электронная почта; методическая литература; настольные лампы.

Зал ГАУ РК «ЦНТ и ПК» по адресу ул. Советская, д. 28 (средства обучения):

- столы; стулья; доска магнитно-маркерная; мультимедийный проектор; экран; Интернет; электронная почта; видеодвойка; DVD-плеер; музыкальный центр; пианино.

**Условия реализации  
дополнительной профессиональной программы повышения квалификации  
«Современные технологии управления в сфере культуры»**

**Информационно-методическое обеспечение**  
(список литературы (основной, дополнительный), а также другие виды учебно-методических материалов и пособий, включая ЭОР, интернет-ресурсы, видеолекции, CD-, DVD-диски, конспекты лекций и т.д.)

**Учебная литература:**

1. Коленько С. Г. Менеджмент в социально-культурной сфере: учебник и практикум для СПО/С. Г. Коленько. – М.: Издательство Юрайт, 2016. - 370 с. - Серия Профессиональное образование.
2. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг [Текст]: учебное пособие для студентов учреждений среднего специального образования, обучающихся по группе специальностей «Экономика и управление» / А. В. Лукина. – 2-е изд., доп. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013. – 237 с. - (Профессиональное образование).
3. Новаторов В. Е. Социально-культурный маркетинг: история, теория, технология: Учебное пособие/ В. Е. Новаторов. – СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «Планета музыки», 2015. – 384 с. – ( Учебники для вузов. Специальная литература).

**Электронные ресурсы:**

1. Абанкина Т. В. Модели государственной поддержки культуры: теоретические основания и финансовые инструменты [Электронный ресурс]// Режим доступа:<https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/u5wccfdq0/direct/150839285>
2. Басов С. А. О путях реализации принципа общественно-государственного партнерства [Электронный ресурс] //Режим доступа <https://cyberleninka.ru>
3. Бьерн С. Маркетинг: особенности продвижения «культурного» продукта: видео мастер-класс [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=E9xCG2ceLpU>.
4. Горушкина С. Н. Управление культурными процессами. Муниципальная сеть учреждений культуры в условиях модернизации [Электронный ресурс] //Режим доступа: [http://www.library.ru/1/local\\_uprav/admreform/article.php?a\\_uid=178](http://www.library.ru/1/local_uprav/admreform/article.php?a_uid=178).
5. Нестеров А.К. Маркетинг в культуре [Электронный ресурс] // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru - Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/marketing-v-kulture.html>.
6. «Фандрайзинг и маркетинг в сфере культуры»: видеоверсия популярного международного мастер-класса «Фандрайзинг и маркетинг в сфере культуры. Лучшие мировые практики» (В. Филиппов. Фандрайзинг и маркетинг в сфере культуры; С.Бьёрн. Фандрайзинг в сфере культуры: с чего начать?; С. Бьёрн. Маркетинг: особенности продвижения «культурного» продукта; С. Бьёрн.

Спонсоры проектов в сфере культуры: кто они и в чем их интерес?; Е. Мальцева. Технология работы со спонсорами. Российская практика; Е. Мельвиль. Какие возможности дает фандрайзинг учреждениям культуры; Д. Каргаев. Маркетинг в сфере культуры. Российская практика): [Электронный ресурс]// Карьерный портал Правительства Москвы. - Режим доступа: <https://talent.mos.ru/about/news/129277514/>

**Электронные базы данных:**

1. Социокультурное проектирование. Клуб менеджеров-практиков в сфере культуры: (ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СООБЩЕСТВО РАБОТНИКОВ КУЛЬТУРЫ СТРАН СНГ – открытое профессиональное сообщество – виртуальная сеть международного масштаба, призванная объединить менеджеров-практиков социально-культурной сферы и экспертов, консультантов, тренеров и педагогов дополнительного профессионального образования с целью создания открытого образовательного пространства): [Электронный ресурс]// Режим доступа: <https://soc-cult.ru/>
2. Электронная библиотечная система "Лань" (включает электронные версии книг ведущих издательств учебной литературы и периодических изданий по темам и дисциплинам отрасли культура) - <https://e.lanbook.com/about>
3. Электронно-справочная система культура - <http://www.cultmanager.ru>

**Периодические издания:**

- «Справочник руководителя учреждения культуры»;
- «Дом культуры».