

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
ФИЛИАЛ КУБАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА  
В Г. СЛАВЯНСКЕ-НА-КУБАНИ**

**Кафедра истории, обществознания и педагогических технологий**

**А. В. МАХОВА**

## **ЭКОНОМИКА УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ**

**Учебно-методическое пособие к практическим занятиям  
и самостоятельной работе студентов 3-го курса,  
обучающихся по направлению 44.03.05 Педагогическое образование  
с двумя профилями подготовки:  
Экономика, Право  
очной и заочной форм обучения**

Славянск-на-Кубани  
Филиал Кубанского государственного университета  
в г. Славянске-на-Кубани  
2018

**БК 65.290**

**М36**

Рекомендовано к печати кафедрой истории, обществознания и педагогических технологий филиала Кубанского государственного университета в г. Славянске-на-Кубани

Протокол № 9 от 25 мая 2018 г.

***Рецензенты:***

Кандидат экономических наук, доцент

***А. Я. Махненко***

**Махова, А. В.**

**М36** Экономика учреждений культуры и социальной сферы : учеб.-метод. пособие к практ. занятиям и самостоят. работе студентов 3-го курса бакалавриата, обучающихся по направлению 44.03.05 Педагогическое образование, профили подготовки: Экономика, Право, очной и заочной формы обучения / А. В. Махова. – Славянск-на-Кубани : Филиал Кубанского гос. ун-та в г. Славянске-на-Кубани, 2018. – 67 с. 1 экз.

Учебно-методические материалы по дисциплине «Экономика учреждений культуры и социальной сферы» составлены в соответствии с ФГОС высшего образования, учебным планом и учебной программой курса, содержат методические рекомендации к организации процессов освоения дисциплины, к изучению теоретической и практической части, самостоятельной работе студентов, а также по подготовке к промежуточной аттестации.

Издание адресовано студентам 3-го курса бакалавриата, обучающихся по направлению 44.03.05 Педагогическое образование, профили подготовки: Экономика, Право, очной и заочной формы обучения.

Электронная версия издания размещена в электронной информационно-образовательной среде филиала и доступна обучающимся из любой точки доступа к [информационно-коммуникационной сети Интернет](#).

БК 65.290

Филиал Кубанского государственного университета  
в г. Славянске-на-Кубани, 2018

## Содержание

Введение .....	4
Практическое занятие № 1 (2 ч.) Тема: «Предпринимательство в культуре» .....	5
Практическое занятие № 2 (2 ч.) Тема: «Управленческие команды сферы культуры» .....	15
Практическое занятие № 3 (2 ч.) Тема: «Особенности маркетинга и планирования в учреждениях культуры (Развитие маркетинговых технологий в учреждениях культуры и социальной сферы)» .....	29
Практическое занятие № 4 (2 ч.) Тема: «Финансовое планирование и бюджетирование в государственные учреждения культурной и социальной сферы» .....	36
Практическое занятие № 5 (2 ч.) Тема: «Проблемы оценки эффективности деятельности в сфере культуры. Общэкономические принципы оценки эффективности хозяйственных решений. Оценка социально-экономической эффективности хозяйственных решений в сфере культуры» .....	44
Практическое занятие № 6. (2 ч.) Тема: «Платные услуги бюджетных учреждений культурной и социальной сферы РФ» .....	50
Практическое занятие № 7 (2 ч.) Тема: «Бизнес-планирование в социально-культурной сфере» .....	55
Практическое занятие № 8 (2 ч.) Тема: «Оплата труда в сфере культуры и социальной сфере» .....	60
Практическое занятие № 9 (2 ч.) Тема: «Основные фонды в социально-культурной сфере и принципы их эксплуатации. Оборотные фонды предприятий» .....	67
Практическое занятие № 10 (2 ч.) Тема: «Проблемы и перспективы развития социально-культурной сферы России» .....	72
Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	78

## Введение

Дисциплина «Экономика учреждений культуры и социальной сферы» читается на 3 курсе и продолжает расширение и углубление теоретических и практических знаний студентов по экономике. Общая задача «Экономика учреждений культуры и социальной сферы» – дать студенту знания и навыки в области теории, анализа и оценки культурной и социальной сферы. Данный курс преследует цель показать характер конкретных процедур, которые реализуются в условиях профессиональных организаций культуры и социальной сферы, выступающих в роли хозяйствующего субъекта; всестороннее изучение, обобщение и систематизация теоретических основ экономики и организации предприятий социально-культурной сферы и ее функции.

Социально-культурная сфера представляет собой достаточно обширный сектор российской экономики, который оказывает существенное воздействие на всю экономику России, а для этого необходимо знать уклад национальной экономики, в рамках которой и функционирует социально-культурная сфера. Кроме того, социально-культурная сфера является индикатором благосостояния населения, т.к. эта сфера деятельности бурно развивается только при платежеспособном спросе.

Эффективность экономических отношений в социально-культурном сервисе, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления результатов деятельности, во многом определяется экономической конъюнктурой России.

Знание студентами реального состояния экономических показателей в социально-культурной сфере необходимо не только для выработки стратегии развития данной сферы и разработки необходимых политических и экономических предпосылок ее развития, но и для сохранения отечественной культуры, духовного и физического оздоровления населения, взаимопонимания между людьми, развития международных отношений, определяющих перспективы развития нашего общества.

Для обеспечения эффективного функционирования выпускника в современных условиях высшая школа должна готовить не просто специалиста в какой-то узкой сфере производства и управления, а личность, способную к различным сферам деятельности, осознанно принимающую решения по всему комплексу вопросов производства.

Методические рекомендации составлены в соответствии с требованиями, предъявляемыми к организации самостоятельной работы студентов по курсу «Экономика учреждений культуры и социальной сферы», и включают в себя тематику и вопросы практических занятий, задания для письменного выполнения, ситуации для анализа и вопросы по ним, тестовые задания и списки литературы по каждой теме. Тематика заданий соответствует содержанию учебной программы и государственному образовательному стандарту дисциплины «Экономика учреждений культуры и социальной»

Данные методические рекомендации предназначены для более глубокого изучения лекционного и практического материала и развития навыков самостоятельного анализа студентов направления «Педагогическое образование», профиль «Экономика»

## **Практическое занятие № 1 (2 ч.)**

### **Тема: «Предпринимательство в культуре»**

#### *План*

**Цель:** рассмотреть понятие «предпринимательство в культуре», определяющее факторы развития культуры и бизнеса.

- 1. Понятие предпринимательства в культуре.**
- 2. Культура и предпринимательство: основные понятия.**
- 3. Культура и бизнес: общее и особенное.**
- 4. Определяющие факторы развития культуры и бизнеса: макро- и микросреда.**
- 5. Потенциал возможностей обогащения культуры бизнесом. Бизнес-культура. Передовые рыночные технологии.**

#### *Методические рекомендации к изучению темы*

В процессе подготовки к данному практическому занятию у студентов должны сформироваться следующие компетенции: способность понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности базовыми культурными ценностями, современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества (ОК-3); способность осуществлять педагогическое сопровождение процессов социализации и профессионального самоопределения обучающихся, подготовки их к сознательному выбору профессии (ПК-4).

Для подготовки к первому вопросу необходимо охарактеризовать понятия «предпринимательство в культуре», «рынок», раскрыть особенности потребления культурных продуктов.

Во втором вопросе следует проанализировать понятия «культура» и «бизнес», рассмотреть модели отношения бизнеса к социальной среде.

При подготовке третьего вопроса темы следует проанализировать сходства и отличия между понятиями «культура» и «бизнес».

При рассмотрении четвертого вопроса практического занятия необходимо проанализировать определяющие факторы развития культуры и бизнеса: макро- и микросреда.

При рассмотрении пятого вопроса практического занятия необходимо охарактеризовать потенциал возможностей обогащения культуры бизнесом.

#### *Основные понятия:*

Предпринимательство в культуре, культура, бизнес, культурный продукт.

#### *Контрольные вопросы и задания:*

- 1. Дайте определение понятию «предпринимательство в культуре».**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. *В чем заключается отличие культурного продукта от продукта других отраслей?*

3. *Опишите характерные черты бизнес-культуры.*

4. *Охарактеризуйте развитие малого предпринимательства в области культуры.*

5. *Охарактеризуйте образ предпринимателя в социально-культурной сфере.*





6. Как вести переговоры о спонсорском соглашении.
7. Политика спонсорства социально-культурного учреждения.
1. *Спонсорство* – это целевые субсидии для достижения взаимных целей, то есть взаимовыгодное сотрудничество, фактически реализация совместных проектов.
2. *Пользы, которых ищут компании, и цели спонсорства*

#### ***Искомые пользы от спонсорской программы***

1. Лучший корпоративный имидж (37 %).
2. Рост продаж /востребованности услуг СКС (22 %).
3. Большая известность (15 %).
4. Общественная роль (15 %).
5. Поддержка конкретного дела (5 %).
6. Расширение объемов коммуникативных связей (4 %).
7. Поиск определенной целевой группы (2 %).

#### ***Главные побудительные причины спонсорства***

Место Распространенные цели спонсорства %

1. Улучшить (упрочить) местные связи (59).
2. Продвинуть корпоративный имидж (57).
3. Увеличить известность бренда (54).
4. Появление в СМИ (39).
5. Усилить имидж бренда (37).
6. Улучшить Public relations (37)
7. Долгосрочные продажи / востребованность (30)
8. Доставить удовольствие покупателям / потребителям (26).
9. Моральное состояние персонала (2).
10. Другие (6).

#### ***3. Критерии отбора спонсируемых проектов***

- Критерии отбора Средний показатель
- Критерии, связанные со спонсируемой группой 3,56.
- Умение организаторов 3,61.
- Потенциальный успех события 3,52.
- Критерии, связанные с событием 3,05.
- Возможность добиться намеченной цели (или возможность ознакомиться с объективной обстановкой, тенденцией) 3,64.
- Потенциальное освещение в СМИ 3,40.
- Популярность события 3,39.
- Финансовые договоренности 3,39.
- Потенциальная ассоциация с имиджем 3,39.
- Тип публикации 3,36.
- Типа спонсорства (искусство, спорт) 3,34.
- Совместимость с продуктом / фирмой 3,28.
- Географическая зона освещения события 3,18.
- Точки соприкосновения с фирмой 3,12.
- Внимание, уделяемое общественностью/публикой 3,10.
- Тип и объем вложения, которое требуется для события 3,08.
- Уровень риска (финансового, художественного) 3,02.
- Интеграция с другими формами продвижения 2,94.
- Возможность пригласить гостей 2,51.
- Налоговые льготы 1,98.
- Торговля побочными продуктами 1,73.

- Критерии, связанные со спонсорством 2,89.
- Возможность эксклюзивного спонсорства 3,25.
- Менеджеры знают данный проект 2,83.
- Администрация одобряет данный проект 2,57.
- Критерии, связанные с рынком 2,58.
- Конкуренция 2,89.
- Политическое или коммерческое давление 2,29.

#### 4. Заявки и обращения на спонсорскую поддержку

*Факторы удачной заявки:*

- а) продает пользы, а не особенности;
- б) говорит о нуждах спонсора, а не о нуждах культурного начинания;
- в) скроена по меркам деловой категории спонсора;
- г) включает в себя дальнейшее развитие продвижения;
- д) сводит к минимуму риск предлагаемого спонсора.

Цели Средний показатель

- Цели, связанные с продажами 2,93.
- Увеличить объем продаж 3,26.
- Облегчить прогнозирование продаж 2,58.
- Цели, связанные с продуктом 2,90.
- Увеличить осведомленность о продукте 3,30.
- Установить тождество продукта с рыночным сегментом 3,07.
- Модифицировать имидж продукта 2,67.
- Побудить покупателей попробовать продукт 2,50.
- Корпоративные цели 2,65.
- Усилить корпоративный имидж 3,56.
- Расширить осведомленность о фирме 3,36.
- Увеличить долгосрочное представление 3,34.
- Стать неотъемлемой частью общества 3,13.
- Установить тождество компании с сегментом рынка 2,92.
- Произвести благоприятное впечатление на лидеров, выражающих общественное мнение 2,88.
- Установить новые деловые контакты 2,81.
- Изменить общественное представление о фирме 2,58.
- Улучшить связи сотрудников 2,48.
- Поддержать моральные устои персонала 2,37.
- Отметить определенное событие 2,31.
- Противодействовать плохой прессе (контроль ущерба) 1,98.
- Успокоить акционеров 1,79.
- Облегчить набор новых сотрудников 1,77.
- Личные цели 2,09.

#### 5. Спонсорский пакет. Пакет услуг для спонсора включает:

- 1) объявление фирмы как спонсора во время официальных мероприятий;
- 2) объявление о фирме как спонсоре в печатных изданиях социокультурного учреждения;
- 3) предоставление возможности распространения рекламной продукции фирмы во время проведения пресс-конференций и других мероприятий социокультурного учреждения;
- 4) предоставление мест для почетных гостей на мероприятиях;
- 5) размещение рекламных щитов фирмы на объектах проведения мероприятий;
- 6) участие представителей фирмы в пресс-конференциях, проводимых в рамках рекламной кампании социокультурного института;

7) предоставление возможности реализации продукции фирмы во время проведения мероприятий, связанных с ним. Формирование представительских пакетов для почетных гостей – до 40 шт.;

8) упоминание о фирме как о спонсоре в двуязычных иллюстрированных буклетах;

9) упоминание названия фирмы как спонсора в периодической прессе, на радио, ТВ;

10) предоставление фирме права учредить именную стипендию и т.д.

6. *Технология переговоров о спонсорском соглашении.* Письменный контракт должен включать в себя:

a) цели корпорации и художественного агентства;

b) товары и услуги, предоставляемые обеими сторонами;

c) географическое пространство, которое должно быть охвачено;

d) даты начала и окончания сотрудничества;

e) творческие спецификации, такие, как допустимое использование логотипов, имен, названий и имиджей партнеров (например: Кто контролирует рекламу на радио? Что повлечет за собой титул "официального спонсора"?);

f) детали, касающиеся того, как отчитываться за финансовые средства и какая часть продаж будет отдана организации искусства;

g) информацию о правовой / финансовой системе, применяемой для отслеживания и распределения средств.

7. *Политика спонсорства социокультурного учреждения* включает два основных положения.

1) Решаясь на просьбу о спонсорстве, социокультурный институт в первую очередь сосредотачивается на своей специфической миссии в социуме.

2) Менеджеры должны искать равновесие между прямым вмешательством в культурный продукт и миссию и благородным признанием вклада спонсора.

*Политика спонсорства социокультурного института должна:*

1) подчеркнуть партнерскую природу спонсорства;

2) определить спонсорство как деловое соглашение, отличное от благотворительного взноса;

3) выразить приверженность учреждения данной идее в положительных выражениях. Компаниям приятно сознавать, что социокультурные учреждения рады сотрудничеству, в противоположность такому подходу, когда говорят: "Мы возьмем ваши деньги, но вы нам не нравитесь";

4) четко установить исключения (то есть с кем организация не будет иметь дела);

5) четко сформулировать права спонсора и права социокультурного института;

6) составить пункт, предусматривающий отказ от взятого обязательства, чтобы учреждение могло разорвать договор, если деятельность спонсора войдет в противоречие с социокультурной миссией учреждения.

*Цели игры*

1. Понять и почувствовать разницу в интересах спонсоров и спонсируемых, цели и задачи тех и других.

2. Научиться вести переговоры со спонсорами.

3. Почувствовать специфику переговоров, на которых каждая сторона должна соблюсти свои цели и в то же время быть достаточно гибкой, чтобы переговоры не зашли в тупик.

### ***Предлагаемая проблемная ситуация***

1. Учреждение культуры внедряет новый проект, в связи с чем вплотную занялось фандрейзингом. Администрация собралась с целью обсуждения размера финансовых средств для проведения инновационного социокультурного проекта, а также для обсуждения того, что они могут предложить спонсорам в связи с этим проектом.

2. С другой стороны, одно из предприятий города решило для укрепления своего имиджа оказать спонсорскую поддержку какому-нибудь социокультурному проекту. Специалисты отдела маркетинга этого предприятия собираются вместе, чтобы обсудить цели и задачи, стоящие перед ними, что они хотят получить от этой поддержки, какой должен быть масштаб проекта, его целевая аудитория, какая «степень освещенности» им необходима (реклама в каких СМИ), какую сумму денег можно выделить на эти цели и т.д.
3. На предстоящих переговорах должно решиться, удастся ли учреждению культуры убедить предприятие оказать поддержку именно их проекту и удастся ли сторонам договориться о сумме, соблюдут ли они свои интересы и чем им придется пожертвовать.

#### *Роли участников*

- 1) Группа 1. – Учреждение культуры.
- 2) Группа 2. – Предприятие 1.
- 3) Группа 3. – Предприятие 2.
- 4) Группа 4. – Предприятие 3.

#### *Сценарий игры*

*Первый этап:* участники разделяются на три группы: «Предприятие» и «Учреждение культуры». Участники группы «Предприятие» должны определиться с тем, какое конкретно у них предприятие, чем оно занимается, какие у него масштабы, и сообщить об этом представителям других групп.

*Второй этап* – внутреннее обсуждение и составление документации в каждой из групп.

*Третий этап* – представители каждой из групп встречаются на переговорах.

*Четвертый этап* – участники группы «Предприятие» совещаются и выносят свой окончательный вердикт, оказывают ли они поддержку, и если да, то в каком объеме, на каких условиях.

*Пятый этап игры* – обсуждение трудностей и проблем, с которыми столкнулись участники, а также оценка работы каждой из групп.

#### *Правила игры*

1. Время, отводимое на игру, – 1 час 30 минут.
2. Группы должны договариваться не только об условиях, но и о конкретных денежных суммах (до переговоров сумма должна остаться в тайне).
3. Представитель предприятия и представитель учреждения культуры при переговорах могут взять время и пойти посоветоваться со своими группами относительно дальнейшего ведения переговоров.
4. Группы не могут общаться иначе, как через представителей на переговорах.
5. Каждая из сторон не должна заранее знать об интересах, возможных уступках и т.д. другой стороны.

#### *Комплект деловой документации*

- 1) подготовленные в письменном виде конкретные цели и задачи каждой из групп;
- 2) документация по проекту (проектам) от продюсеров к предприятию;
- 3) требования (и условия) предприятия к спонсируемому проекту.

#### *Ход деловой игры*

*Задание первого этапа* (отведенное время – 10 минут).

Участники должныделиться на группы: «Предприятие» и «Учреждение культуры». Участники группы «Предприятие» должны определиться с тем, какое конкретно у них предприятие, чем оно занимается, какие у него масштабы, и сообщить об этом представителям другой группы.

*Задание второго этапа* (отведенное время – 20 минут).

1. В каждой из групп начинается внутреннее обсуждение и составление документации.

2. Группа учреждения культуры должна понять, что у нее за проект, каков его рекламный потенциал, составить спонсорский пакет, выработать план переговоров, определиться со своими целями и интересами, возможными уступками, с суммой, которая необходима на финансирование проекта, суммой, которую хотят получить от этого спонсора. Также необходимо подумать об интересах противоположной стороны и о том, что может ее заинтересовать.
3. Группа маркетологов предприятия должна определиться с целями и задачами своего PR, с тем, какой проект они хотели бы видеть в своих «подопечных»: его масштаб, «уровень отсветки» в СМИ, наличие важных персон и организаторов и прочее. Маркетологи готовят в письменном виде требования к проекту, свои критерии для его оценки. Также они должны подготовить для переговоров список вопросов.

*Задание третьего этапа* (отведенное время – 20 минут) – переговоры.

1. На переговорах участники должны постараться соблюсти интересы своих групп и при этом иногда, возможно, идти на уступки, о которых раньше договорились «со своими».
2. Цель спонсоров – уменьшить сумму и улучшить условия «отсветки», увеличить требования к проекту.
3.  Цель учреждения культуры – добиться как можно большей поддержки, как можно меньше возложив на себя обязательств.
4. На переговорах возможны совершенно любые варианты: начав договариваться о денежной сумме, стороны могут закончить помощью товарами или услугами, возможны обсуждения «отката» и самая разная реакция сторон на это и т.д.

*Задание четвертого этапа* (отведенное время – 30 минут).

Представители предприятия совещаются между собой и выносят свое окончательное решение.

*Этап пятый* – обсуждение итогов (отведенное время – 10 минут).

1.  Последний этап игры – обсуждение трудностей, с которыми столкнулись участники, а также оценка работы каждой из групп.
2. Достигли ли спонсоры / учреждение культуры своих целей?
3.  Кто «победил»?
4. Предвидели ли стороны такое развитие переговоров?
5. По намеченному ли плану пошли переговоры?
6. Кто был лидером в этих переговорах, на чьей стороне была сила?
7. Чем пришлось поступиться сторонам?
8. Какие ошибки были у представителей сторон, участвующих в переговорах?
9. Что было наиболее трудным в переговорах для участников?

Система оценивания должна обеспечивать, с одной стороны, контроль качества принимаемых решений с позиций норм и требований профессиональной деятельности, а с другой – способствовать развертыванию игрового плана учебной деятельности. Система оценивания выполняет функции контроля и обеспечивает формирование игровой, познавательной и профессиональной мотивации участников деловой игры.

### ***Тестовые задания***

*1. Укажите один правильный ответ.*

Культурный продукт – это:

- 1) результат творческой работы;
- 2) предмет авторского права;
- 3) продукт, который несет на себе персональную/авторскую печать как часть производимого продукта;
- 4) все ответы верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

2. Укажите один правильный ответ.

К особенностям потребления культурных продуктов П. Лукш не относит следующее:

- 1) некий эстетический компонент;
- 2) представляет собой досуговое потребление;
- 3) вызвано субъективными причинами, т.к. повышает статус потребителя;
- 4) требует специальной подготовки / уровня знаний.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

3. Укажите один правильный ответ.

Массовая культура представляет собой:

- 1) набор «культурных продуктов с товарными свойствами; это товар, в котором экономические характеристики, то есть возможность продать на рынке, являются главным критерием, а ценностная нагруженность отошла на второй план»;
- 2) набор культурных продуктов с товарными свойствами;
- 3) это товар, в котором экономические характеристики, то есть возможность продать на рынке, являются главным критерием;
- 4) нет верного ответа.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

4. Укажите один правильный ответ.

Культурная сфера развивается в условиях:

- 1) конкуренции как внешней, так и внутренней, и из опросов населения следует, что в борьбе за свободное время посетителей торговые предприятия одержали победу;
- 2) конкуренции внешней;
- 3) конкуренции внутренней;
- 4) конкуренции внешней, где торговые предприятия одержали победу.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

5. Укажите один правильный ответ.

Предметом оборота на рынке культуры являются:

- 1) предметы (товары);
- 2) предметы (товары), услуги (культурный сервис) и культурных продукт, сочетающий в себе признаки товара и услуги;
- 3) услуги (культурный сервис);
- 4) культурный продукт, сочетающий в себе признаки товара и услуги.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

6. Укажите один правильный ответ.

В современной управленческой литературе предприниматель трактуется как:

- 1) дееспособный человек, субъект, осознанно и целенаправленно осуществляющий предпринимательскую деятельность. Собственник своего дела, реже наемный сотрудник;
- 2) субъект, осознанно и целенаправленно осуществляющий предпринимательскую деятельность;
- 3) собственник своего дела, реже наемный сотрудник;
- 4) дееспособный человек, субъект.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

7. Укажите один правильный ответ.

Основным атрибутивным качеством предпринимателя является его:

- 1) предприимчивость;
- 2) самостоятельность;
- 3) ответственность;
- 4) предпринимательская деятельность.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

8. *Укажите один правильный ответ.*

Цели предпринимательской деятельности в социально-культурной сфере направлены на:

- 1) не только получение материальной выгоды, но и удовлетворение личностных социально-ценностных потребностей;
- 2) получение материальной выгоды;
- 3) удовлетворение личностных социально-ценностных потребностей;
- 4) удовлетворение социально-ценностных потребностей.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

9. *Укажите один правильный ответ.*

Современные специалисты, исследующие тенденции развития предпринимательства, к ключевым характеристикам субъектов данной деятельности относят:

- 1) профессионализм;
- 2) честность;
- 3) уровень оправданного риска;
- 4) все ответы верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

10. *Укажите один правильный ответ.*

Предпринимательство в культуре – это:

- 1) интеграция двух сфер – культуры и бизнеса;
- 2) прикладная область культурологических знаний;
- 3) специфическая область человеческой деятельности, возникшая в результате интеграции двух сфер – культуры и бизнеса;
- 4) любое взаимодействие, в которое вступают люди для осуществления торговли (купли-продажи) друг с другом.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

## **Практическое занятие № 2 (2 ч.)**

### **Тема: «Управленческие команды сферы культуры»**

**Цель:** проанализировать управленческие команды в сфере культуры, этапы командообразования, подходы к формированию команд.

#### *План*

- 1. Команда как организационная форма коллективного управления.**
- 2. Типология и факторы формирования команд.**
- 3. Формы субкультуры.**
- 4. Управленческие команды лидеров.**
- 5. Этапы командообразования.**
- 6. Эффективность команды. Методы формирования команд.**

### ***Методические рекомендации к изучению темы***

В процессе подготовки к данному практическому занятию у студентов должны сформироваться следующие компетенции: способность понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности базовыми культурными ценностями, современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества (ОК-3); способность осуществлять педагогическое сопровождение процессов социализации и профессионального самоопределения обучающихся, подготовки их к сознательному выбору профессии (ПК-4).

Командный менеджмент, то есть менеджмент, осуществляемый посредством создания и функционирования управленческих команд, как одна из форм коллективного управления, основан на процессе делегирования полномочий.

В первом вопросе опишите команду как организационную форму коллективного управления. Дайте определение понятию «команда». Определите ее миссию и командные отношения.

Команды принято различать по нескольким основаниям. Одна из самых распространенных классификаций основана на выделении в качестве индикатора рода деятельности, которой призвана заниматься команда.

Во втором вопросе выделите основные типы команд. Большое влияние на командные процессы оказывают также особенности личного стиля взаимодействия ее руководителя или лидера с другими членами команды. Рассмотрите ряд характеристик, которые условно можно назвать типом лидера.

Комплиментарное соответствие всех трех выделенных параметров (тип совместной деятельности, организационно-культурный контекст, тип лидера), определяющее образование групповых субкультур, позволило выделить четыре основные формы внутрикомандного культурного контекста (субкультуры) управленческих групп.

В третьем вопросе выделите основные формы внутрикомандного культурного контекста (субкультуры) управленческих групп.

Управленческие команды лидеров — важнейшее условие успешной деятельности организации в условиях кризиса.

В четвертом вопросе посмотрите, какие типы команд пригодны для решения управленческих задач различной степени сложности.

Под командообразованием понимается ее развитие из формальной, утвержденной руководством управленческой структуры в рабочую группу с субкультурой “команда”.

В пятом вопросе выделите четыре этапа развития команды. Как отмечалось, любая группа проходит в своем развитии ряд стадий, но последовательность этих стадий зависит от субкультуры группы. Определите траектории развития групп.

Эффективную команду можно охарактеризовать общепринятыми критериями эффективности любой организационной структуры, однако есть специфические черты, присущие только команде. Какую команду можно назвать эффективной?

Формирование команды — один из уровней организационного консультирования.

В шестом вопросе определите три уровня проведения процессов формирования команд. Опишите четыре основных подхода к формированию команды: 1) целеполагающий (основанный на целях), 2) межличностный (интерперсональный), 3) ролевой и 4) проблемно-ориентированный.

### ***Основные понятия:***

Команда, командные отношения, тип лидера, формы субкультуры, управленческие команды лидеров, этапы командообразования.

### ***Контрольные вопросы и задания:***

- 1. Охарактеризуйте преимущества и ограничения командных форм управления.***





**Задание № 1**

Заполните таблицу по классификациям команд.

<b>Виды Команд: КП – Команда Проекта; УК – Управленческая Команда (группа)</b>				
<b>№</b>	<b>Назначение Команды</b>	<b>Содержание работы</b>	<b>Вид команды</b>	<b>Форма и время существования</b>
1.	Реинжиниринг			
2.	Развитие продуктов и процессов			
3.	Антикризисное управление			
4.	Обеспечение производственной деятельности			
5.	Решение проблем, содействие и помощь			

6.	Бэнчмаркетинг			
7.	Управление проектом внедрения			
8.	Группа качества			
9.	Инновации			

10.	Аудит и контроллинг			
11.	Развитие нового бизнеса			
12.	Управление текущей деятельностью			

**«Мозговой штурм» – способ генерации новых идей**

***Цели и задачи деловой игры***

Деловая игра "Мозговой штурм" – продуктивный способ выдвижения новых идей. Подчас довольно сложная проблема, не поддавшаяся решению традиционными способами, неожиданно получала оригинальное решение методом "мозгового штурма". Этот метод развивает мыслительные процессы, способность абстрагироваться от объективных условий и существующих ограничений, умение сосредоточиться на какой-либо узкой актуальной цели и т.д.

**Порядок проведения деловой игры**

1. Постановка проблемы.

Обоснование задачи для поиска решения. Определение условий коллективной работы, выдача студентам правил поиска решения и поведения в процессе "мозговой атаки".  
Формирование нескольких рабочих групп по 3–5 человек и экспертной группы, обязанностью которой будут разработка критериев, оценка и отбор наилучших идей.  
Время – 10 мин.

2. Разминка.

Упражнения в быстром поиске ответов на поставленные вопросы. Задача этого этапа – помочь студентам максимально освободиться от воздействия психологических барьеров (неловкости, стеснительности, замкнутости, скованности и т.п.).  
Время – 15–20 мин.

3. "Мозговая атака" поставленной проблемы.

Предварительно еще раз уточняется задача, напоминаются правила поведения в ходе игры. Генерирование идей начинается по сигналу преподавателя одновременно во всех студенческих рабочих группах. К каждой группе прикрепляется эксперт из числа студентов, задача которого фиксировать на бумаге выдвигаемые идеи.  
Время – 10–15 мин.

4. Оценка и подбор наилучших идей.

Пока эксперты на основе избранных критериев отбирают идеи, рабочие группы отдыхают.  
Время – 10–15 мин.

5. Сообщение о результатах "мозговой атаки".

Обсуждение итогов работы, оценка наилучших идей, их обоснование и публичная защита. Принятие коллективного решения.

### **Сценарий деловой игры**

1. Во время игры нет ни начальников, ни подчиненных, ни новичков, ни ветеранов, есть ведущий и участники; никто не может претендовать на особую роль или привилегии; преимущества не дает даже авторство блестящих идей.

2. Участник игры должен стремиться не к демонстрации своих познаний и квалификации, а к решению выдвинутой проблемы.

3. "Мозговой штурм" требует полного раскрепощения мысли и свободы для выступления; чем неожиданней и необычней идея, тем больше оснований рассчитывать на ее успех.

4. Как бы фантастична и невероятна ни была идея, выдвинутая кем-либо из участников игры, она должна быть встречена с одобрением.

5. Категорически запрещены взаимные критические замечания и промежуточные оценки: они мешают построению и формированию новых идей.

5. Следует воздерживаться от перешептываний, переглядываний, жестов, которые могут быть неверно истолкованы другими участниками игры.

7. "Мозговая атака" не терпит шаблонного мышления; полное освобождение от плена стереотипов, стандартов и традиций – важнейшее условие успешного творческого поиска.

6. Если не хотите обречь поиск на неудачу, избегайте мысли, что обсуждаемая проблема может быть решена только известными способами.

7. Не допускайте суждения, будто данная проблема вообще неразрешима. Теоретически таких положений в практике не существует.

8. Попробуйте с самого начала убедить себя, что положительное разрешение данной проблемы имеет для вас чрезвычайно важное значение.

9. Чем больше выдвинуто предложений, тем больше вероятность появления новой и ценной идеи.

10. В ходе игры допускаются и приветствуются дополнения и усовершенствования идей, предложенных вами или другими участниками "мозговой атаки".

11. Разрешается задавать вопросы коллегам с целью уточнения и развития их идей; вопрос не должен содержать в себе оценки или вашего отношения к идее.

12. Тщательно, но корректно формулируйте свои мысли, не огорчайтесь, если вас не поймут, сделайте попытку еще раз изложить идею.

13. Не ждите одобрений или осуждений вашего предложения со стороны коллег, лучше подумайте, как его можно усовершенствовать.

14. Не обращайтесь к руководителю "мозговой атаки" за поддержкой: до окончания игры он не имеет права на публичную оценку.

15. Если проблема в целом не поддается решению, попробуйте расчленить ее на составные элементы и поразмыслите над каждым из них в отдельности.

16. Используйте способ комбинирования приемов, решений, подсчетов, оценок; попытайтесь струировать некоторую систему из казалось бы чуждых друг другу частей.

17. Осмысливая выдвинутую для решения проблему, можно попытаться сделать все наоборот; ставить задачу, обратную данной, изменить последовательность действий, операций, расположение деталей т.д.

18. Попробуйте для решения данной проблемы использовать известные вам способы и приемы, применение которых в других ситуациях дает положительные результаты.

19. Оценка и решение поставленной задачи не обязательно могут быть найдены только в фирме, попытайтесь вспомнить интересные неожиданные разрешения сходных проблем в других деятельности.

20. Не стесняйтесь произвольно менять параметры в поставленной проблеме: уменьшать или увеличивать стоимость, сроки, размеры, расстояния и т.д. Если идея решения будет найдена, ее можно доработать до уровня установленных фирмой границ.

21. В процессе "мозговой атаки" меньше обращайтесь внимание на возможные последствия, думайте о том, насколько ваше предложение может быть существенным для фирмы, в которой вы работаете.

22. Помните: оптимизм и уверенность удешевят умственную и психическую энергию человека

23. За пять минут до начала игры попытайтесь ответить на следующие вопросы:

- 1) Заслуживает данная проблема моего внимания?
- 2) Что дает ее решение?
- 3) Кому и для чего это нужно?
- 4) Что произойдет, если ничего не менять?
- 5) Что случится, если я не выдвину ни одной идеи?

### **Примерные ситуации для проведения «мозгового штурма»**

#### **Задание 1**

Предложите несколько идей, которые вы реализуете, если вас назначат директором службы экономической безопасности фирмы (начальником финансово-экономической службы).

#### **Задание 2**

Действительно ли мужчины способнее женщин в управленческой деятельности? Если нет, объясните, почему возникло такое мнение. (Приведите максимум примеров.)

#### **Задание 3.**

Если нарушитель технологической дисциплины фирмы по производству продукции, поведение которого осуждается в трудовом коллективе, поднялся бы и демонстративно вышел из помещения, то какие действия вы предприняли бы и к чему бы они привели?

#### **Задание 4.**

Какие идеи вы предложили бы для того, чтобы сократить число бракованной продукции, выпускаемой фирмой?

#### **Задание 5.**

Какое применение можно найти для женской пудреницы? (Дайте максимум идей.)

*Время на выполнение каждого задания – 5 мин.*

### **Тестовые задания:**

#### *1. Укажите один правильный ответ.*

Тип команды, занимающийся подготовкой рекомендаций:

- 1) это проектные группы, группы по аудиту, качеству или безопасности. В деятельности команд такого рода должны всегда присутствовать быстрое и конструктивное начало и разработка итоговой формулировки, чтобы их рекомендации могли бы быть внедрены;
- 2) деятельность такой группы, как правило, не имеет временных ограничений. Для эффективного руководства ею важно концентрироваться на производительности команды;
- 3) для такого рода команд важно, чтобы они правильно идентифицировали поставленные перед ними конкретные цели, которые отличаются от целей организации в целом.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

#### *2. Укажите один правильный ответ.*

Тип команды, занимающийся непосредственным изготовлением чего-либо:

- 1) это проектные группы, группы по аудиту, качеству или безопасности. В деятельности команд такого рода должны всегда присутствовать быстрое и конструктивное начало и разработка итоговой формулировки, чтобы их рекомендации могли бы быть внедрены;
- 2) деятельность такой группы, как правило, не имеет временных ограничений. Для эффективного руководства ею важно концентрироваться на производительности команды;
- 3) для такого рода команд важно, чтобы они правильно идентифицировали поставленные перед ними конкретные цели, которые отличаются от целей организации в целом.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

#### *3. Укажите один правильный ответ.*

Тип команды, занимающийся управлением процессом:

- 1) это проектные группы, группы по аудиту, качеству или безопасности. В деятельности команд такого рода должны всегда присутствовать быстрое и конструктивное начало и разработка итоговой формулировки, чтобы их рекомендации могли бы быть внедрены;
- 2) деятельность такой группы, как правило, не имеет временных ограничений. Для эффективного руководства ею важно концентрироваться на производительности команды;
- 3) для такого рода команд важно, чтобы они правильно идентифицировали поставленные перед ними конкретные цели, которые отличаются от целей организации в целом.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

#### *4. Укажите один правильный ответ.*

Тип лидера – сильный лидер:

- 1) воздействует применением санкций, силы, формального авторитета;
- 2) создает особые способы взаимодействия между подчиненными, информационные сети и правила коммуникации и за счет этого организует эффективную работу и поддерживает собственный статус;
- 3) влияет на людей силой своего убеждения;
- 4) способен предложить другим высокие цели и повести участников группы за собой.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

#### *5. Укажите один правильный ответ.*

Тип лидера – транзактор:

- 1) воздействует применением санкций, силы, формального авторитета;

- 2) создает особые способы взаимодействия между подчиненными, информационные сети и правила коммуникации и за счет этого организует эффективную работу и поддерживает собственный статус;
- 3) влияет на людей силой своего убеждения;
- 4) способен предложить другим высокие цели и повести участников группы за собой.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*6. Укажите один правильный ответ.*

Тип лидера – герой-визионер:

- 1) воздействует применением санкций, силы, формального авторитета;
- 2) создает особые способы взаимодействия между подчиненными, информационные сети и правила коммуникации и за счет этого организует эффективную работу и поддерживает собственный статус;
- 3) влияет на людей силой своего убеждения;
- 4) способен предложить другим высокие цели и повести участников группы за собой.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*7. Укажите один правильный ответ.*

Тип лидера – пассионарная личность:

- 1) воздействует применением санкций, силы, формального авторитета;
- 2) создает особые способы взаимодействия между подчиненными, информационные сети и правила коммуникации и за счет этого организует эффективную работу и поддерживает собственный статус;
- 3) влияет на людей силой своего убеждения;
- 4) способен предложить другим высокие цели и повести участников группы за собой.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*8. Укажите один правильный ответ.*

Форма субкультуры «комбинат» обладает следующими характеристиками:

- 1) основана на соблюдении традиционной иерархии, стабильная групповая культура, действия членов в которой четко определены, решения принимаются оперативно: лидер обладает всей полнотой власти и определяет политику и правила группового взаимодействия, контроль осуществляется непосредственно лидером;
- 2) группа не имеет жесткой внутренней структуры, группа, как правило, нестабильна, имеет размытые границы: в кризисных ситуациях легко распадается на мелкие группы, члены организации реализуют в ней свои собственные интересы, исходя из собственных целей; существует значительная внутренняя конкуренция, ценности в такой организации: индивидуальная креативность, энергичность в постановке новых целей и разработке проектов, согласуемых с видением лидера, готовность к инновациям;
- 3) характеризуется строгим распределением полномочий и сфер деятельности внутри коллектива, высокой степенью формализации и стандартизации. Деятельность функциональных областей и их взаимодействие регулируются правилами и процедурами, которые редко меняются. Источник влияния — статус;
- 4) деятельность ориентирована на решение задач, цели сменяются по мере необходимости, основное внимание уделяется достижению конкретных результатов: подходящие сотрудники и соответствующие ресурсы объединяются ради максимально быстрого и качественного выполнения задачи, сроки и этапы ее решения постоянно контролируются.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*9. Укажите один правильный ответ.*

Форма субкультуры «клика» обладает следующими характеристиками:

- 1) основана на соблюдении традиционной иерархии, стабильная групповая культура, действия членов в которой четко определены, решения принимаются оперативно: лидер обладает всей полнотой власти и определяет политику и правила группового взаимодействия, контроль осуществляется непосредственно лидером;
  - 2) группа не имеет жесткой внутренней структуры, группа, как правило, нестабильна, имеет размытые границы: в кризисных ситуациях легко распадается на мелкие группы, члены организации реализуют в ней свои собственные интересы, исходя из собственных целей; существует значительная внутренняя конкуренция, ценности в такой организации: индивидуальная креативность, энергичность в постановке новых целей и разработке проектов, согласуемых с видением лидера, готовность к инновациям;
  - 3) характеризуется строгим распределением полномочий и сфер деятельности внутри коллектива, высокой степенью формализации и стандартизации. Деятельность функциональных областей и их взаимодействие регулируются правилами и процедурами, которые редко меняются. Источник влияния — статус;
- г) деятельность ориентирована на решение задач, цели сменяются по мере необходимости, основное внимание уделяется достижению конкретных результатов: подходящие сотрудники и соответствующие ресурсы объединяются ради максимально быстрого и качественного выполнения задачи, сроки и этапы ее решения постоянно контролируются.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*10. Укажите один правильный ответ.*

Форма субкультуры «кружок» обладает следующими характеристиками:

- 1) основана на соблюдении традиционной иерархии, стабильная групповая культура, действия членов в которой четко определены, решения принимаются оперативно: лидер обладает всей полнотой власти и определяет политику и правила группового взаимодействия, контроль осуществляется непосредственно лидером;
  - 2) группа не имеет жесткой внутренней структуры, группа, как правило, нестабильна, имеет размытые границы: в кризисных ситуациях легко распадается на мелкие группы, члены организации реализуют в ней свои собственные интересы, исходя из собственных целей; существует значительная внутренняя конкуренция, ценности в такой организации: индивидуальная креативность, энергичность в постановке новых целей и разработке проектов, согласуемых с видением лидера, готовность к инновациям;
  - 3) характеризуется строгим распределением полномочий и сфер деятельности внутри коллектива, высокой степенью формализации и стандартизации. Деятельность функциональных областей и их взаимодействие регулируются правилами и процедурами, которые редко меняются. Источник влияния — статус;
- г) деятельность ориентирована на решение задач, цели сменяются по мере необходимости, основное внимание уделяется достижению конкретных результатов: подходящие сотрудники и соответствующие ресурсы объединяются ради максимально быстрого и качественного выполнения задачи, сроки и этапы ее решения постоянно контролируются.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*11. Укажите один правильный ответ.*

Форма субкультуры «команда» обладает следующими характеристиками:

- 1) основана на соблюдении традиционной иерархии, стабильная групповая культура, действия членов в которой четко определены, решения принимаются оперативно: лидер обладает всей полнотой власти и определяет политику и правила группового взаимодействия, контроль осуществляется непосредственно лидером;

- 2) группа не имеет жесткой внутренней структуры, группа, как правило, нестабильна, имеет размытые границы: в кризисных ситуациях легко распадается на мелкие группы, члены организации реализуют в ней свои собственные интересы, исходя из собственных целей; существует значительная внутренняя конкуренция, ценности в такой организации: индивидуальная креативность, энергичность в постановке новых целей и разработке проектов, согласуемых с видением лидера, готовность к инновациям;
- 3) характеризуется строгим распределением полномочий и сфер деятельности внутри коллектива, высокой степенью формализации и стандартизации. Деятельность функциональных областей и их взаимодействие регулируются правилами и процедурами, которые редко меняются. Источник влияния — статус;
- г) деятельность ориентирована на решение задач, цели сменяются по мере необходимости, основное внимание уделяется достижению конкретных результатов: подходящие сотрудники и соответствующие ресурсы объединяются ради максимально быстрого и качественного выполнения задачи, сроки и этапы ее решения постоянно контролируются.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*12. Укажите один правильный ответ.*

Целеполагающий подход к формированию команды:

- 1) позволяет членам группы лучше ориентироваться в процессах выбора и реализации групповых целей. Процесс осуществляется с помощью консультанта. Цели могут быть стратегическими по своей природе или установлены в соответствии со спецификой деятельности;
- 2) сфокусирован на улучшении межличностных отношений в группе и основан на том, что межличностная компетентность увеличивает эффективность существования группы как команды. Его цель — увеличение группового доверия, поощрение совместной поддержки, а также увеличение внутрикомандных коммуникаций;
- 3) проведение дискуссии и переговоров среди членов команды относительно их ролей; предполагается, что роли членов команды частично перекрываются. Командное поведение может быть изменено в результате изменения их исполнения, а также индивидуального восприятия ролей;
- 4) предполагает организацию заранее спланированных серий встреч по фасилитации процесса (с участием третьей стороны — консультанта) с группой людей, имеющих общие организационные отношения и цели. Содержание процесса включает в себя последовательное развитие процедур решения командных проблем и затем достижение главной командной задачи.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*13. Укажите один правильный ответ.*

Межличностный подход к формированию команды:

- 1) позволяет членам группы лучше ориентироваться в процессах выбора и реализации групповых целей. Процесс осуществляется с помощью консультанта. Цели могут быть стратегическими по своей природе или установлены в соответствии со спецификой деятельности;
- 2) сфокусирован на улучшении межличностных отношений в группе и основан на том, что межличностная компетентность увеличивает эффективность существования группы как команды. Его цель — увеличение группового доверия, поощрение совместной поддержки, а также увеличение внутрикомандных коммуникаций;
- 3) проведение дискуссии и переговоров среди членов команды относительно их ролей; предполагается, что роли членов команды частично перекрываются. Командное

поведение может быть изменено в результате изменения их исполнения, а также индивидуального восприятия ролей;

- г) предполагает организацию заранее спланированных серий встреч по фасилитации процесса (с участием третьей стороны — консультанта) с группой людей, имеющих общие организационные отношения и цели. Содержание процесса включает в себя последовательное развитие процедур решения командных проблем и затем достижение главной командной задачи.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*14. Укажите один правильный ответ.*

Ролевой подход к формированию команды:

- 1) позволяет членам группы лучше ориентироваться в процессах выбора и реализации групповых целей. Процесс осуществляется с помощью консультанта. Цели могут быть стратегическими по своей природе или установлены в соответствии со спецификой деятельности;
  - 2) сфокусирован на улучшении межличностных отношений в группе и основан на том, что межличностная компетентность увеличивает эффективность существования группы как команды. Его цель — увеличение группового доверия, поощрение совместной поддержки, а также увеличение внутрикомандных коммуникаций;
  - 3) проведение дискуссии и переговоров среди членов команды относительно их ролей; предполагается, что роли членов команды частично перекрываются. Командное поведение может быть изменено в результате изменения их исполнения, а также индивидуального восприятия ролей;
- г) предполагает организацию заранее спланированных серий встреч по фасилитации процесса (с участием третьей стороны — консультанта) с группой людей, имеющих общие организационные отношения и цели. Содержание процесса включает в себя последовательное развитие процедур решения командных проблем и затем достижение главной командной задачи.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*15. Укажите один правильный ответ.*

Проблемно-ориентированный подход к формированию команды:

- 1) позволяет членам группы лучше ориентироваться в процессах выбора и реализации групповых целей. Процесс осуществляется с помощью консультанта. Цели могут быть стратегическими по своей природе или установлены в соответствии со спецификой деятельности;
  - 2) сфокусирован на улучшении межличностных отношений в группе и основан на том, что межличностная компетентность увеличивает эффективность существования группы как команды. Его цель — увеличение группового доверия, поощрение совместной поддержки, а также увеличение внутрикомандных коммуникаций;
  - 3) проведение дискуссии и переговоров среди членов команды относительно их ролей; предполагается, что роли членов команды частично перекрываются. Командное поведение может быть изменено в результате изменения их исполнения, а также индивидуального восприятия ролей;
- г) предполагает организацию заранее спланированных серий встреч по фасилитации процесса (с участием третьей стороны — консультанта) с группой людей, имеющих общие организационные отношения и цели. Содержание процесса включает в себя последовательное развитие процедур решения командных проблем и затем достижение главной командной задачи.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

## Практическое занятие № 3 (2 ч.)

### Тема: «Особенности маркетинга и планирования в учреждениях культуры (Развитие маркетинговых технологий в учреждениях культуры и социальной сферы)»

**Цель:** охарактеризовать особенности маркетинга в сфере культуры, процесс планирования в социально-культурной сфере.

#### *План*

1. Направления маркетинга культурной организации. Дискриминационная и недискриминационная ценовая политика культурной организации.

2. Понятие планирования. Принципы планирования. Этапы развития и методы планирования. Методы планирования. Плановые показатели. Технологические этапы планирования.

3. Виды планирования. Директивное планирование; Нормативно-целевое планирование; Программно-целевое планирование; Перспективное планирование; Текущее планирование.

4. Классификация планов экономической деятельности.

#### *Методические рекомендации к изучению темы*

В процессе подготовки к данному практическому занятию у студентов должны сформироваться следующие компетенции: способность понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности базовыми культурными ценностями, современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества (ОК-3); способность осуществлять педагогическое сопровождение процессов социализации и профессионального самоопределения обучающихся, подготовки их к сознательному выбору профессии (ПК-4).

В первом вопросе рассмотрите особенности маркетинга в сфере культуры, направления маркетинга культурной организации, составляющие внешней среды маркетинга культурной сферы.

Во втором вопросе определите роль планирования в организации, принципы планирования, методы планирования, этапы планирования.

В третьем вопросе проанализируйте виды планирования: директивное планирование; нормативно-целевое планирование; программно-целевое планирование; перспективное планирование; текущее планирование.

В четвертом вопросе рассмотрите классификацию планов экономической деятельности.

#### *Основные понятия:*

Маркетинг, макросреда, микросреда, продукт, потребитель, планирование, стратегия, миссия, инвестиции.

#### *Контрольные вопросы и задания:*

1. Что представляет собой планирование в условиях рыночной экономики? Какой круг проблем оно решает?

---

---

---

---

---

2. *В чем заключается сущность планирования в свободных рыночных отношениях? Какие цели оно выполняет?*

3. *Какие основные функции позволяет осуществлять планирование на предприятии? В чем они выражаются?*

4. *Каким основным требованиям должен соответствовать план? Что означает гибкость плана?*



8. *Какие существуют принципы планирования? Что означают сформулированные Р. Л. Акоффом принципы участия и холизма?*

9. *Какие основные функции выполняют планово-экономические службы на предприятиях? Какие подразделения занимаются разработкой плановых нормативов?*



Какому виду планирования свойственен метод экстраполяции:

- 1) бюджетному;
- 2) текущему;
- 3) тактическому;
- 4) долгосрочному?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

4. Укажите один правильный ответ.

Для какого вида планирования характерна следующая цель: дать комплексное научное обоснование проблем, с которыми может столкнуться фирма в предстоящем периоде, и на этой основе разработать показатели развития фирмы на плановый период:

- 1) стратегического;
- 2) текущего;
- 3) бюджетного;
- 4) среднесрочного?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

5. Укажите один правильный ответ.

Каким образом осуществляется процесс принятия стратегических решений в японских компаниях:

- 1) «сверху вниз»;
- 2) взаимосвязанно высшим и низовым уровнями управления;
- 3) «снизу в верх»;
- 4) либо «сверху вниз», либо взаимосвязано высшим и низовым уровнями управления.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

6. Укажите один правильный ответ.

Кто принимает конечное решение в английских и американских компаниях:

- 1) совет директоров;
- 2) совет рядовых сотрудников компании;
- 3) комитет по управлению;
- 4) Г. ОБЕРИУ?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

7. Укажите один правильный ответ.

Кто принимает конечное решение в японских компаниях:

- 1) совет директоров;
- 2) совет рядовых сотрудников компании;
- 3) комитет по управлению;
- 4) Г. ОБЕРИУ?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

8. Укажите один правильный ответ.

В чём состоит преимущество стратегического планирования:

- 1) отчёт, целью которого является анализ осуществившихся разработок в организации;
- 2) теоретические разработки без обращения к практическому воплощению;
- 3) анализ сложившейся ситуации в прошлом с целью изменения в будущем;
- 4) анализ перспектив организации, выяснение тенденции, опасности, возможности, которые способны изменить сложившиеся и существующие в настоящее время тенденции?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

9. Укажите один правильный ответ.

Из какой сферы в бизнес пришёл термин «стратегия»:

- 1) военной;
- 2) торговой;
- 3) политической;
- 4) экономической.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*10. Укажите один правильный ответ.*

Как Г.Форд определил миссию компании «Форд»:

- 1) предоставление людям качественного транспорта;
- 2) предоставление людям дешевого транспорта;
- 3) предоставление людям инновационного транспорта;
- 4) предоставление людям красивого и удобного транспорта?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*11. Выберите верное утверждение.*

1. Оперативный план дает характеристику деятельности фирмы в условиях конкуренции, отражает ее поведение на рынке, предусматривает меры по выпуску продуктов и прибыльности хозяйственных операций.

2. Помимо стратегических и тактических планов при управлении организацией должна быть определена ее политика — общее руководство для действий и решений, направленных на достижение целей.

- 1) верно только 1;
- 2) верно только 2;
- 3) оба не верны;
- 4) оба верны.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*12. Выберите верное утверждение.*

1. В Японии получила большое распространение модель стратегического планирования из четырех стадий.

2. В японской фирме «Хитачи» принята модель стратегического планирования из пяти стадий.

- 1) верно только 1;
- 2) верно только 2;
- 3) оба не верны;
- 4) оба верны.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*13. Укажите один правильный ответ.*

Какая разновидность планирования характерна для производственного отделения:

- 1) тактическое и оперативное;
- 2) долгосрочное и краткосрочное;
- 3) прямое и косвенное;
- 4) скрытое и явное?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*14. Выберите верное утверждение.*

1. Оперативное планирование предполагает составление среднесрочных (обычно пятилетних) планов, в которых конкретизируются стратегическая концепция, методы и формы ее реализации.

2. Тактическое планирование предполагает разработку краткосрочных планов-бюджетов (сроком до одного года), в которых содержится детальная разработка рычагов и инструментов воздействия на производственный процесс.

- 1) верно только 1;
- 2) верно только 2;
- 3) оба не верны;
- 4) оба верны.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*15. Укажите один правильный ответ.*

В коммерческом секторе рост высокотехнологичных разработок, внедрение новейших научных достижений ведут к увеличению производительности труда, снижению цен на продукцию и росту заработной платы работающих. В сфере культуры эти изменения практически отсутствуют. Как называют данный эффект:

- 1) «болезнь цен»;
- 2) «болезнь роста»;
- 3) «кризисный период»;
- 4) «расцвет экономики»?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*16. Выберите верное утверждение.*

1. С общеэкономической точки зрения планирование — это механизм, который во внутрифирменной деятельности в значительной мере способен заменить цены и рынок.

2. Различие сущности рекламы, прямого маркетинга и общественных отношений основывается на связи их с финансовыми целями.

- 1) верно только 1;
- 2) верно только 2;
- 3) оба не верны;
- 4) оба верны.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*17. Укажите один правильный ответ.*

Основной принцип стратегического планирования – это:

- 1) субъективность;
- 2) дальновидность;
- 3) харизматичность;
- 4) адаптивность.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

## **Практическое занятие № 4 (2 ч.)**

### **Тема: «Финансовое планирование и бюджетирование в государственных учреждениях культурной и социальной сферы»**

**Цель:** рассмотреть особенности финансового планирования и бюджетирования в государственных учреждениях культурной и социальной сферы.

#### *План*

**1. Финансирование сферы культуры и социальной сферы в индустриально развитых странах.**









2. Выберите верное утверждение.

1. Социально-бытовая инфраструктура — это комплекс отраслей производственной и непроизводственной сфер народного хозяйства, обслуживающих население и основное производство.

2. В социально-бытовую инфраструктуру входят не только все отрасли непроизводственной сферы, но и некоторые отрасли сферы материального производства.

- 1) верно только 1;
- 2) верно только 2;
- 3) оба не верны;
- 4) оба верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

3. Укажите два правильных ответа.

Что зависит от состояния инфраструктуры:

- 1) темп роста производства;
- 2) эффективность производства;
- 3) ничего не зависит;
- 4) креативность сотрудников производства?

*Правильные ответы* \_\_\_\_\_

4. Укажите один правильный ответ.

От чего не зависит развитие инфраструктуры:

- 1) от уровня развития материального производства;
- 2) от объема созданного национального дохода;
- 3) от распределения между производственной и непроизводственной сферами;
- 4) от уровня развития духовного производства?

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

5. Укажите один правильный ответ.

Какие связи возможны между производственной сферой и инфраструктурой:

- 1) прямая связь и взаимозависимость;
- 2) взаимозависимость;
- 3) прямая и обратная;
- 4) смежная.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

6. Укажите один правильный ответ.

С чем связано влияние непроизводственной сферы на производительность труда работника:

- 1) с уровнем креативности работника;
- 2) с уровнем знаний работника;
- 3) с личными характеристиками работника;
- 4) с высоким уровнем IQ работника?

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

7. Укажите один правильный ответ.

К отраслям социально-бытовой инфраструктуры, имеющим двусторонние связи с местными бюджетами, относятся:

- 1) частный транспорт;
- 2) гостиницы,

- 3) водопроводно-канализационное;
- 4) банно-прачечное хозяйство.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

8. Укажите один правильный ответ.

Что такое *дотация* в экономической науке:

- 1) форма отношений государства через бюджет с населением;
- 2) экономический уровень в общей системе;
- 3) форма оповещения планово-убыточным предприятиям;
- 4) данный термин экономике незнаком.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

9. Укажите один правильный ответ.

Какие аспекты имеет проблема формирования и использования общественных фондов потребления:

- 1) качественные;
- 2) количественные;
- 3) качественные и количественные;
- 4) смешанные?

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

10. Укажите один правильный ответ.

Современное положение ведомственно-корпоративного канала создания и распределения общественных фондов потребления и финансирования социально-бытовой инфраструктуры:

- 1) стабильное;
- 2) резкое повышение;
- 3) нейтральное;
- 4) резкое сокращение.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

11. Выберите верное утверждение.

1. Особенность деятельности предприятий обслуживания состоит в том, что часть их услуг населению поступает на платной основе, а часть — на бесплатной или льготной.

2. В ближайшие годы темпы роста платных услуг будут выше, чем бесплатных.

- 1) верно только 1;
- 2) верно только 2;
- 3) оба не верны;
- 4) оба верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

12. Укажите один правильный ответ.

Что является важной частью социально-бытовой инфраструктуры:

- 1) частные организации;
- 2) предприятия жилищно-коммунального хозяйства;
- 3) творческая сфера;
- 4) верный ответ не указан.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

13. Укажите один правильный ответ.

Одной из наиболее рентабельных отраслей коммунального хозяйства, играющей значительную роль в формировании доходов городских бюджетов, является:

- 1) ЖКХ;
- 2) водолечебница;
- 3) водопроводно-канализационное хозяйство;
- 4) частные организации.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*14. Выберите верное утверждение.*

1. В основе формирования фонда финансового обеспечения социально-бытовой инфраструктуры лежит как прибавочный продукт, так и часть необходимого продукта.

2. Финансовое обеспечение социально-бытовой инфраструктуры — это совокупность экономических отношений, возникающих в процессе образования, распределения, перераспределения и использования фонда финансовых ресурсов, направляемых на содержание и развитие социально-бытовой инфраструктуры.

- 1) верно только 1;
- 2) верно только 2;
- 3) оба не верны;
- 4) оба верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*15. Укажите один правильный ответ.*

Принцип распределения финансовых ресурсов используется предприятиями в рамках решаемых ими производственных задач и для обеспечения их работников необходимым объемом социально-бытовых услуг:

- 1) корпоративный;
- 2) ведомственный;
- 3) ведомственно-корпоративный;
- 4) корпоративно-ведомственный.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*16. Укажите два правильных ответа.*

Какие каналы выделяются в финансовом обеспечении социально-бытовой инфраструктуры:

- 1) ведомственный;
- 2) территориальный;
- 3) многоплановый;
- 4) смежный.

*Правильные ответы* \_\_\_\_\_

*17. Укажите один правильный ответ.*

Какие существуют диспропорции в управлении и финансировании бюджетных организаций:

- 1) вертикальные и горизонтальные;
- 2) прямые и плоские;
- 3) чёткие и нечёткие;
- 4) односоставные и многосоставные.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*18. Выберите верное утверждение.*

1. В соответствии с законодательством РФ сфера образования признана не приоритетной.

2. Схема финансирования государственного и муниципального образовательного учреждения определяется типовым положением о типе и виде общеобразовательного учреждения.

- а) верно только 1;
- б) верно только 2;
- в) оба не верны;
- г) оба верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*19. Укажите один правильный ответ.*

Какой основной принцип расходования бюджетных средств:

- 1) строгое их регламентирование по назначению и времени;
- 2) «быстро и качественно»;
- 3) верный ответ не указан;
- 4) высокий количественный показатель, но низкий качественный.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*20. Выберите верное утверждение.*

1. Одной из важных черт современного этапа экономического развития страны является необходимость интенсификации народного хозяйства.

2. Повышение производительности труда в сфере материального производства стимулирует высвобождение работников и их переход в непроеизводственную сферу.

- а) верно только 1;
- б) верно только 2;
- в) оба не верны;
- г) оба верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

## **Практическое занятие № 5 (2 ч.)**

**Тема: «Проблемы оценки эффективности деятельности в сфере культуры. Общеэкономические принципы оценки эффективности хозяйственных решений. Оценка социально-экономической эффективности хозяйственных решений в сфере культуры»**

**Цель:** проанализировать проблемы оценки эффективности деятельности в сфере культуры.

### *План*

1. Учреждение культурно-досугового типа – роль и место в современном социокультурном процессе. Назначение и область применения методики оценки эффективности деятельности учреждений культурно-досугового типа субъектов Российской Федерации.



2. Перечислите задачи, которые призвана решать методика оценки эффективности деятельности КДУ.

3. Внесите в таблицу показатели социальной эффективности деятельности культурно-досуговых учреждений:

№ п/п	Наименование показателя	Ед. изм.	Рассчитывается в пункте №
1			
2			
3			
4			

3. Внесите в таблицу показатели экономической эффективности деятельности культурно-досуговых учреждений:

№ п/п	Наименование показателя	Ед. изм.	Рассчитывается в пункте №
-------	-------------------------	----------	---------------------------

1			
2			
3			
4			

### Задание № 1

*Составить таблицу результатов расчетов по методике оценки эффективности деятельности учреждений культурно-досугового типа субъектов РФ.*

### Тестовые задания:

1. Укажите один правильный ответ.

Уровни, которые следует различать при анализе эффективности управления в сфере культуры:

- а) уровень культурной деятельности населения, реализуемой в учреждениях культуры;
- б) уровень деятельности учреждений по организации культурной деятельности населения;
- в) уровень управления деятельностью учреждений культуры;
- г) все ответы верны

Правильный ответ: \_\_\_\_\_

2. Укажите два правильных ответа.

В перечень показателей социальной эффективности деятельности культурно-досуговых учреждений входят следующие переменные:

- 1) посещаемость платных культурно-досуговых мероприятий, проводимых государственными и муниципальными учреждениями культуры в отчетном году;
- 2) средняя цена одного посещения платного мероприятия в КДУ за отчетный год;
- 3) количество культурно-досуговых мероприятий на одно клубное учреждение в отчетном году;
- 4) доля покрытия расходов КДУ доходами от основных видов уставной деятельности за отчетный год.

Правильные ответы: \_\_\_\_\_

3. Укажите два правильных ответа.

К показателям экономической эффективности деятельности культурно-досуговых учреждений относятся:

- 1) посещаемость платных культурно-досуговых мероприятий, проводимых государственными и муниципальными учреждениями культуры в отчетном году;
- 2) средняя цена одного посещения платного мероприятия в КДУ за отчетный год;
- 3) количество культурно-досуговых мероприятий на одно клубное учреждение в отчетном году;
- 4) доля покрытия расходов КДУ доходами от основных видов уставной деятельности за отчетный год.

Правильные ответы: \_\_\_\_\_

4. Укажите один правильный ответ.

Источником показателя  $P_{\text{суб}}$  – число посетителей платных культурно-досуговых мероприятий в субъекте РФ – в отчетном году является:

- 1) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, раздел «Культурно-досуговая работа», графа 46, строки № 01;
- 2) отчет территориального органа Федеральной службы государственной статистики за отчетный год об основных показателях, характеризующих социально-экономическое положение субъекта РФ;
- 3) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, раздел «Культурно-досуговая работа», графа 43, строки № 01;
- 4) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, графа 1, строки № 01.

Правильный ответ: \_\_\_\_\_

5. Укажите один правильный ответ.

Источником показателя  $M$  – число культурно-досуговых мероприятий в отчетном году – является:

- 1) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, раздел «Культурно-досуговая работа», графа 46, строки № 01;
- 2) отчет территориального органа Федеральной службы государственной статистики за отчетный год об основных показателях, характеризующих социально-экономическое положение субъекта РФ;

3) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, раздел «Культурно-досуговая работа», графа 43, строки № 01;

г) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, графа 1, строки № 01.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

6. *Укажите один правильный ответ.*

Источником показателя  $Ч_{\text{ср}}$  – среднегодовая численность населения субъекта Российской Федерации – в отчетном году является:

1) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, раздел «Культурно-досуговая работа», графа 46, строки № 01;

2) отчет территориального органа Федеральной службы государственной статистики за отчетный год об основных показателях, характеризующих социально-экономическое положение субъекта РФ;

3) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, раздел «Культурно-досуговая работа», графа 43, строки № 01;

г) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, графа 1, строки № 01.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_ 2

7. *Укажите один правильный ответ:*

Источником показателя КДУ – число учреждений культурно-досугового типа в субъекте РФ – в отчетном году является:

1) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, раздел «Культурно-досуговая работа», графа 46, строки № 01;

2) отчет территориального органа Федеральной службы государственной статистики за отчетный год об основных показателях, характеризующих социально-экономическое положение субъекта РФ;

3) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, раздел «Культурно-досуговая работа», графа 43, строки № 01;

г) форма «Свод годовых сведений об учреждениях культурно-досугового типа системы Минкультуры России» за отчетный год, графа 1, строки № 01.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

8. *Укажите один правильный ответ.*

Посещаемость платных культурно-досуговых мероприятий, проводимых государственными и муниципальными учреждениями культуры в отчетном году, ед., рассчитывается по формуле:

1)  $П = П_{\text{суб}}/Ч_{\text{ср}}$ ;

2)  $П-1 = П_{\text{пред}}/Ч_{\text{пред}}$ ;

3)  $ДП = (П/П-1) * 100 \%$ .

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

9. *Укажите один правильный ответ.*

Динамика посещаемости платных культурно-досуговых мероприятий, проводимых государственными и муниципальными учреждениями культуры в отчетном году по отношению к предшествующему, %, рассчитывается по формуле:

1)  $П = П_{\text{суб}}/Ч_{\text{ср}}$ ;

2)  $P_{-1} = P_{\text{пред}}/Ч_{\text{пред}}$ ;

3)  $Д_{\text{п}} = (P/P_{-1}) * 100 \%$ .

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*10. Укажите один правильный ответ.*

Посещаемость платных культурно-досуговых мероприятий, проводимых государственными (муниципальными) учреждениями культуры в предшествующем отчетному году, ед., рассчитывается по формуле:

1)  $P = P_{\text{суб}}/Ч_{\text{ср}}$ ;

2)  $P_{-1} = P_{\text{пред}}/Ч_{\text{пред}}$ ;

3)  $Д_{\text{п}} = (P/P_{-1}) * 100 \%$ .

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

## **Практическое занятие № 6 (2 ч.)**

### **Тема: «Платные услуги бюджетных учреждений культурной и социальной сферы РФ»**

**Цель:** охарактеризовать коммерческую деятельность учреждений социально-культурной сферы, сущность взаимодействия коммерческой и творческой деятельности в учреждениях СКС, организацию платных услуг в бюджетных учреждениях культуры.

#### *План*

**1. Понятие и сущность коммерческой деятельности. Причины коммерческой деятельности учреждений культуры. Особенности коммерческой деятельности учреждений социально-культурной сферы.**

**2. Сущность взаимодействия коммерческой и творческой деятельности в учреждениях СКС.**

**3. Области культурной деятельности. Цели организации платных услуг. Основные задачи учреждений культуры по оказанию платных услуг.**

**4. Порядок предоставления платных услуг. Стоимость платных услуг. Бюджетный учет платных услуг. Оформление бухгалтерских счетов.**

#### *Методические рекомендации к изучению темы*

В процессе подготовки к данному практическому занятию у студентов должны сформироваться следующие компетенции: способность понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности базовыми культурными ценностями, современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества (ОК-3); способность осуществлять педагогическое сопровождение процессов социализации и профессионального самоопределения обучающихся, подготовки их к сознательному выбору профессии (ПК-4).

В первом вопросе рассмотрите понятие и сущность коммерческой деятельности, причины коммерческой деятельности учреждений культуры, особенности коммерческой деятельности учреждений социально-культурной сферы.

Во втором вопросе охарактеризуйте сущность взаимодействия коммерческой и творческой деятельности в учреждениях СКС.

В третьем вопросе проанализируйте области культурной деятельности, цели организации платных услуг, основные задачи учреждений культуры по оказанию платных услуг.



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

***4. Охарактеризуйте порядок оказания платных услуг.***

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

***5. Как производится оплата платных дополнительных образовательных услуг?***

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

***6. Приведите пример платных услуг, оказываемых библиотекой.***

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

7. *Приведите пример организации платных услуг в учреждениях культуры.*

*Задание № 1*  
*Приведите пример и охарактеризуйте платные услуги одного из образовательных учреждений.*

---

---

---

---

---

---

**Тестовые задания:**

1. Укажите один правильный ответ.

Коммерческая деятельность:

- 1) более узкое понятие, чем предпринимательство;
- 2) более широкое понятие, чем предпринимательство;
- 3) идентично с понятием «предпринимательство».

Правильный ответ \_\_\_\_\_

2. Укажите один правильный ответ.

Причины коммерческой деятельности учреждений культуры:

- 1) бюджетный дефицит;
- 2) отсутствие альтернативных (внебюджетных) источников финансовой поддержки некоммерческих учреждений;
- 3) отсутствие четких приоритетов в развитии культуры и искусства;
- 4) все ответы верны.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

3. Укажите один правильный ответ.

Группы образовательных, информационных и культурных услуг, которые могут быть предоставлены потребителю за плату:

- 1) платные занятия в студиях, классах, кружках, секциях, коллективах художественной самодеятельности, технического творчества, физической культуры;
- 2) лекции и консультации, тематические праздники, представления, вечера отдыха и танцев, дискотеки концерты и спектакли, экскурсии, восстановительные и оздоровительные процедуры, выставки-продажи;
- 3) услуги обслуживающего плана: настройка и прокат инструментов, инвентаря, реквизита, снаряжения, оборудования и аппаратуры;
- 4) все ответы верны.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

4. Укажите один правильный ответ.

Основные задачи учреждений культуры по оказанию платных услуг:

- 1) повышение эффективности работы учреждений;
- 2) обеспечение финансовой стабильности работы учреждений;
- 3) обеспечение условий для окупаемости затрат учреждений на оказание услуг;
- 4) создание условий для окупаемости затрат учреждения;
- 5) все ответы верны.

Правильный ответ \_\_\_\_\_











в) суммирует факторы будущего успеха предпринимателя, может включать описание основных способов действий предпринимателя.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

4. Укажите один правильный ответ.

Заключение в резюме включает:

- 1) включает цели плана, коротко выраженную суть проекта;
  - 2) включает сжатое содержание всех ключевых элементов бизнес-плана и его основных частей: род деятельности, прогноз спроса, источники финансирования и т. д.;
- в) суммирует факторы будущего успеха предпринимателя, может включать описание основных способов действий предпринимателя.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

5. Укажите один правильный ответ.

Маркетинговый раздел бизнес-плана нужен для того, чтобы:

- 1) предприниматель смог осознать основные цели и задачи, стратегию маркетинговой деятельности фирмы;
- 2) работники маркетинговых подразделений фирмы могли использовать план как руководство для действий по освоению и созданию рынка своего товара;
- 3) инвесторы могли убедиться в достаточной ёмкости и перспективности рынка;
- 4) все ответы верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

6. Укажите один правильный ответ.

Организационный план:

- 1) знакомит с формой собственности, выбранной фирмой, вопросами руководства, распределения полномочий и ответственности, типом организационной структуры фирмы;
  - 2) включает в себя три основных плановых документа: баланс организации, план прибылей и убытков и прогноз движения наличности;
- в) все ответы верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

7. Укажите один правильный ответ.

Финансовый план:

- 1) знакомит с формой собственности, выбранной фирмой, вопросами руководства, распределения полномочий и ответственности, типом организационной структуры фирмы;
- 2) включает в себя три основных плановых документа: баланс организации, план прибылей и убытков и прогноз движения наличности;
- 3) все ответы верны.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

## **Практическое занятие № 8 (2 ч.)**

### **Тема: «Оплата труда в сфере культуры и социальной сфере»**

**Цель:** охарактеризовать процесс оплаты труда в сфере культуры и социальной сферы.

**План:**

**1. Общие положения об установлении системы оплаты труда. Установление базовых окладов.**







***Задание № 4***

В кинотеатре установлен сменный режим работы. Согласно внутреннему трудовому распорядку, первая смена начинается с 8.00 и заканчивается в 17.00, а вторая смена начинается в 17.00 и заканчивается в 00.00. 2 ч работы во вторую смену являются ночными, в связи с чем плата за эти часы производится в повышенном размере (30 % от часовой ставки). За август 2010 г. кинооператор Иванов В. В. выходил по графику работы 12 раз в первую смену и 10 – во вторую. При этом месячная норма рабочего времени не превышена. Его оклад составляет 6 000 руб.

В учреждении установлена 5-дневная рабочая неделя.

По производственному календарю при 5-дневной рабочей неделе в августе 2010 года количество рабочих часов – 176. Заработная плата Иванова В. В. за август 2010 года составит

---

---

---

---

---

---

---

---

**Тестовые задания:**

1. Укажите один правильный ответ.

Заработная плата педагогического работника, осуществляющего учебный процесс, рассчитывается по формуле:

- 1)  $ЗПп = Стп \times Н \times Уп \times А \times П + Анд$ ;
- 2)  $ФОТо = (N \times H - КП) / Д$ ;
- 3)  $ФОТо = (N \times H - КП) \times Д$ ;
- 4)  $ФОТо = (N \times H \times Д) - КП$ ;
- 5)  $ФОТо = (H \times Д - КП) \times N$ .

Правильный ответ \_\_\_\_\_

2. Укажите один правильный ответ.

Для педагогических работников, имеющих вторую категорию, коэффициент А равен:

- 1) 1,3;
- 2) 1,05;
- 3) 1,1;
- 4) 1,2.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

3. Укажите один правильный ответ.

Для педагогических работников, имеющих первую категорию, коэффициент А равен:

- 1) 1,3;
- 2) 1,05;
- 3) 1,1;
- 4) 1,2.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

4. Укажите один правильный ответ.

Для педагогических работников, имеющих высшую категорию, коэффициент А равен:

- 1) 1,3;
- 2) 1,05;
- 3) 1,1;
- 4) 1,2.

Правильный ответ \_\_\_\_\_

5. Укажите один правильный ответ.

В формуле расчета заработной платы работника образовательного учреждения  $ЗПп = Стп \times Н \times Уп \times А \times П + Анд$  - Н- обозначает:

- 1) коэффициент, учитывающий сложность и приоритетность предмета;
- 2) коэффициенты, учитывающие категории педагогов, осуществляющих учебный процесс;
- 3) количество обучающихся по предмету в каждом классе;

- 4) стоимость педагогической услуги (руб./ученико-час);
- 5) количество часов по предмету по учебному плану в месяц в каждом классе.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

6. *Укажите один правильный ответ.*

В формуле расчета заработной платы работника образовательного учреждения  $ЗПп = Стп \times Н \times Уп \times А \times П + Анд - Стп$  - обозначает:

- 1) коэффициент, учитывающий сложность и приоритетность предмета;
- 2) коэффициенты, учитывающие категории педагогов, осуществляющих учебный процесс;
- 3) количество обучающихся по предмету в каждом классе;
- 4) стоимость педагогической услуги (руб./ученико-час);
- 5) количество часов по предмету по учебному плану в месяц в каждом классе.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

7. *Укажите один правильный ответ.*

В формуле расчета заработной платы работника образовательного учреждения  $ЗПп = Стп \times Н \times Уп \times А \times П + Анд - П$  - обозначает:

- 1) коэффициент, учитывающий сложность и приоритетность предмета;
- 2) коэффициенты, учитывающие категории педагогов, осуществляющих учебный процесс;
- 3) количество обучающихся по предмету в каждом классе;
- 4) стоимость педагогической услуги (руб./ученико-час);
- 5) количество часов по предмету по учебному плану в месяц в каждом классе.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

8. *Укажите один правильный ответ.*

В формуле расчета заработной платы работника образовательного учреждения  $ЗПп = Стп \times Н \times Уп \times А \times П + Анд - Уп$  - обозначает:

- 1) коэффициент, учитывающий сложность и приоритетность предмета;
- 2) коэффициенты, учитывающие категории педагогов, осуществляющих учебный процесс;
- 3) количество обучающихся по предмету в каждом классе;
- 4) стоимость педагогической услуги (руб./ученико-час);
- 5) количество часов по предмету по учебному плану в месяц в каждом классе.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

9. *Укажите один правильный ответ.*

В формуле расчета заработной платы работника образовательного учреждения  $ЗПп = Стп \times Н \times Уп \times А \times П + Анд - А$  - обозначает:

- 1) коэффициент, учитывающий сложность и приоритетность предмета;
- 2) коэффициенты, учитывающие категории педагогов, осуществляющих учебный процесс;
- 3) количество обучающихся по предмету в каждом классе;
- 4) стоимость педагогической услуги (руб./ученико-час);
- 5) количество часов по предмету по учебному плану в месяц в каждом классе.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

10. *Укажите один правильный ответ.*

Если количество обучающихся составляет более 1000 человек, то при расчете должностного оклада руководителя общеобразовательного учреждения коэффициент К равен:

- 1) 2,0;
- 2) 1,8;

3) 1,5;

4) 1,3.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*11. Укажите один правильный ответ.*

Если количество обучающихся составляет до 200 человек, то при расчете должностного оклада руководителя общеобразовательного учреждения коэффициент К равен:

1) 2,0;

2) 1,8;

3) 1,5;

4) 1,3.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*12. Укажите один правильный ответ.*

Если количество обучающихся составляет от 501 до 1000 человек, то при расчете должностного оклада руководителя общеобразовательного учреждения коэффициент К равен:

1) 2,0;

2) 1,8;

3) 1,5;

4) 1,3.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

*13. Укажите один правильный ответ.*

Если количество обучающихся составляет от 201 до 500 человек, то при расчете должностного оклада руководителя общеобразовательного учреждения коэффициент К равен:

1) 2,0;

2) 1,8;

3) 1,5;

4) 1,3.

*Правильный ответ* \_\_\_\_\_

### **Практическое занятие № 9 (2 ч.)**

#### **Тема: «Основные фонды в социально-культурной сфере и принципы их эксплуатации. Оборотные фонды предприятий»**

**Цель:** проанализировать основные и оборотные фонды в социально-культурной сфере и принципы их эксплуатации.

#### *План*

- 1. Оборотные фонды в социально-культурной сфере.**
- 2. Экономические фонды учреждений культуры.**
- 3. Источники финансирования в социально-культурной сфере; состав оборотных средств предприятия.**
- 4. Ускорение оборачиваемости оборотных средств. Пути улучшения использования оборотных средств предприятия.**

*Методические рекомендации к изучению темы*

В процессе подготовки к данному практическому занятию у студентов должны сформироваться следующие компетенции: способность понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности базовыми культурными ценностями, современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества (ОК-3); способность осуществлять педагогическое сопровождение процессов социализации и профессионального самоопределения обучающихся, подготовки их к сознательному выбору профессии (ПК-4).

В первом вопросе рассмотрите оборотные фонды в социально-культурной сфере.

Во втором вопросе охарактеризуйте экономические фонды учреждений культуры.

В третьем вопросе следует проанализировать источники финансирования в социально-культурной сфере, состав оборотных средств предприятия.

В четвертом вопросе рассмотрите пути улучшения использования оборотных средств предприятия.

***Основные понятия:***

Основные фонды, оборотные фонды, капитал, фондоотдача, фондоемкость, фондоворуженность, физический износ, моральный износ

***Контрольные вопросы и задания:***

***1. Приведите пример фондов обращения.***

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

***2. Как проявляется экономическое значение рационального использования оборотных фондов?***

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





- 1) возвращается к собственнику в денежной форме после реализации товара в той мере, в какой его стоимость была перенесена на производимый продукт;
- 2) та часть производительного капитала, стоимость которой полностью переносится на произведенный товар и возвращается к его владельцу в денежной форме сразу по мере продажи того товара, в цену которого была заложена стоимость оборотного капитала;

в) нет верного ответа.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*5. Укажите три правильных ответа.*

Основные производственные фонды (ОПФ) имеют следующие признаки:

- 1) участвуют в процессе производства длительное время;
- 2) сохраняют в процессе производства натуральную форму;
- 3) их стоимость переносится на продукт постепенно, частями;
- 4) не участвуют в процессе производства, и их стоимость на продукт не переносится;
- 5) стоимость ОПФ исчезает в потреблении, они воспроизводятся за счет прибыли предприятия.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*6. Укажите два правильных ответа.*

Основные непроизводственные фонды (ОНФ) имеют следующие признаки:

- 1) участвуют в процессе производства длительное время;
- 2) сохраняют в процессе производства натуральную форму;
- 3) их стоимость переносится на продукт постепенно, частями;
- 4) не участвуют в процессе производства, и их стоимость на продукт не переносится;
- 5) стоимость ОПФ исчезает в потреблении, они воспроизводятся за счет прибыли предприятия.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*7. Укажите один правильный ответ.*

Оборотные фонды включают:

- 1) производственные запасы;
- 2) детские и спортивные учреждения, объекты культурно-бытовые и отдыха;
- 3) жилые дома и квартиры.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*8. Укажите два правильных ответа.*

Основные фонды включают:

- 1) производственные запасы;
- 2) детские и спортивные учреждения, объекты культурно-бытовые и отдыха;
- 3) жилые дома и квартиры.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*9. Укажите один правильный ответ.*

Производственные запасы:

- 1) это предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс; состоят они из сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, горючего, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, тары и тарных материалов, запасных частей для ремонта основных фондов;
- 2) это предметы труда, вступившие в производственный процесс: материалы, детали, узлы и изделия, находящиеся в процессе обработки или сборки, а также полуфабрикаты

- собственного изготовления, не законченные полностью производством в одних цехах предприятия и подлежащие дальнейшей обработке в других цехах того же предприятия;
- 3) это невещественные элементы оборотных фондов, включающие затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде (квартал, год), но относятся к продукции будущего периода (например, затраты на конструирование и разработку технологии новых видов изделий, на перестановку оборудования и др.).

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*10. Укажите один правильный ответ.*

Незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления:

- 1) это предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс; состоят они из сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, горючего, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, тары и тарных материалов, запасных частей для ремонта основных фондов;
- 2) это предметы труда, вступившие в производственный процесс: материалы, детали, узлы и изделия, находящиеся в процессе обработки или сборки, а также полуфабрикаты собственного изготовления, не законченные полностью производством в одних цехах предприятия и подлежащие дальнейшей обработке в других цехах того же предприятия;
- в) это невещественные элементы оборотных фондов, включающие затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде (квартал, год), но относятся к продукции будущего периода (например, затраты на конструирование и разработку технологии новых видов изделий, на перестановку оборудования и др.).

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*11. Укажите один правильный ответ.*

Расходы будущих периодов:

- 1) это предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс; состоят они из сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, горючего, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, тары и тарных материалов, запасных частей для ремонта основных фондов;
- 2) это предметы труда, вступившие в производственный процесс: материалы, детали, узлы и изделия, находящиеся в процессе обработки или сборки, а также полуфабрикаты собственного изготовления, не законченные полностью производством в одних цехах предприятия и подлежащие дальнейшей обработке в других цехах того же предприятия;
- в) это невещественные элементы оборотных фондов, включающие затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде (квартал, год), но относятся к продукции будущего периода (например, затраты на конструирование и разработку технологии новых видов изделий, на перестановку оборудования и др.).

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

## **Практическое занятие № 10 (2 ч.)**

### **Тема: «Проблемы и перспективы развития социально-культурной сферы России»**

#### *План*

- 1. Проблемы развития отраслей социально-культурной сферы в России.**
- 2. Проблемы функционирования сферы культуры в муниципальных образованиях. Основные трудности в условиях реформирования.**
- 3. Применение мирового опыта в решении проблем развития отраслей социально-культурной сферы в России.**

*Методические рекомендации к изучению темы*







---

---

---

---

---

---

---

---

### *Тестовые задания*

*1. Выберите верное утверждение.*

1. Формально учреждения, не обладающие статусом юридического лица, находятся вне правового поля.

2. В последние годы наметилась тенденция наделения статусом юридического лица культурных центров, которые образуются путем объединения различных видов муниципальных учреждений культуры: клубов, библиотек, музеев и т. п.

- 1) верно только 1;
- 2) верно только 2;
- 3) оба не верны;
- 4) оба верны.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*2. Укажите один правильный ответ.*

Что предполагает закрепление прав учреждений на используемое имущество и занимаемые земельные участки:

- 1) все варианты ответов указаны верно;
- 2) наличие акта передачи имущества в оперативное управление;
- 3) оформление акта землеотвода;
- 4) регистрация прав на имущество и земельные участки в соответствующих органах или структурах?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*3. Укажите один правильный ответ.*

- 1) выход из казначейской системы;
- 2) открытие расчетных счетов в коммерческих банках и ведение небюджетного учета;
- 3) введение бухгалтерского учета на основе хозрасчетного плана счетов;
- 4) все варианты ответов указаны верно.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*4. Укажите один правильный ответ.*

Чем ознаменовался для России 1996 г. в отраслях социально-культурной сферы:

- 1) ошутимое сокращение их финансирования из федерального бюджета;
- 2) ошутимое финансирование из федерального бюджета;
- 3) стабильность;
- 4) иная система функционирования?

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*5. Укажите два варианта ответа.*

С чем связана незавершенность процессов оформления прав учреждений на имущество и земельные участки:

- 1) нехватка финансовых средств в муниципалитетах;
- 2) верный вариант ответа не указан;

- 3) проблема кадрового состава;
- 4) отсутствие статуса юридического лица?

*Правильные ответы:* \_\_\_\_\_

*6. Укажите один правильный ответ.*

При переходе бюджетных учреждений в автономные:

- 1) расширяется их финансово-хозяйственная самостоятельность;
- 2) резко сокращается кадровый состав;
- 3) происходит ограничение в самостоятельности;
- 4) резко меняются приоритеты и направления.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

*7. Выберите верную аббревиатуру – «Обязательное медицинское страхование»:*

- 1) ОМС;
- 2) ОМед.Страх;
- 3) Омедстрах;
- 4) общепотребительной аббревиатуры не существует.

*Правильный ответ:* \_\_\_\_\_

## Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Основная литература:

1 Сыроваткина, Т.Н. Основы экономики образования : учебное пособие / Т.Н. Сыроваткина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2013. - 153 с. : табл. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270308>

2 Кузьмина, Е. Е. Маркетинг образовательных услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 330 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6407-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/69FE7B08-2D2C-4815-BB21-45164602020A](http://www.biblio-online.ru/book/69FE7B08-2D2C-4815-BB21-45164602020A).

3 Менеджмент в образовании : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. Ю. Трапицын [и др.] ; под ред. С. Ю. Трапицына. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 413 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00364-2. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/book/6CCF7BF4-B4EC-45C2-9355-50BA1CC8274F>

4 Тросби Д. Экономика и культура / Д. Тросби; Пер. с англ. И. Кушнаревой. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. - 256 с. - (Исследования культуры). - ISBN 978-5-7598-0836-7

5 Безрутченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. - 2-е изд. - Москва: ИТК "Дашков и К", 2014. - 232 с. - ISBN 978-5-394-01664-6

6 Трухачев, В.И. Экономика международного туризма (для бакалавров) [Электронный ресурс] : / В.И. Трухачев, И.Н. Лякишева, Г.А. Айрапетян. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 256 с. — Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?p11\\_id=53286](http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=53286)

7 Экономика и организация туризма: международный туризм [Электронный ресурс] : . — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 565 с. — Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?p11\\_id=53700](http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=53700)

8 Темный, Ю.В. Экономика туризма [Электронный ресурс] : учебник / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 448 с. — Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?p11\\_id=69227](http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=69227)

9 Морган, Н. Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие / Н. Морган, А. Причард. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 482 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00647-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326>

### Дополнительная литература:

1 Басамыгина И.Н. Маркетинг как технология управления современной библиотекой: научно-практическое пособие. Вып. 41 / И. Н. Басамыгина, А. А. Апанасенко. - М.: Литера, 2009. - 128 с. - (Современная библиотека). - ISBN 978-5-91670-009-1 : 124-77

2 Библиотека и закон: юридический журнал-справочник. Вып. 26 (1/2009) / Бородин О., ред. - М.: Либерея-Бибинформ, 2009. - 384 с. - 275-73.

3 Бочков, Д.В. Актуальные проблемы управления образовательной организацией: экономика образования : учебно-методическое пособие / Д.В. Бочков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 158 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 100-103. -

ISBN 978-5-4475-8960-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457435>

4 Гиль О. В. Экономика учреждений культуры и социальной сферы. Модуль "Экономические отношения в системе образования и культуры" : учебно-методическое пособие с элементами рабочей тетради к практическим занятиям и самостоятельной работе студентов 2 курса, обучающихся по направлению 050100.62 "Педагогическое образование", профиль "Экономика", профили "Экономика" и "Право". Часть II. / О. В. Гиль; ФГБОУ ВПО "КубГУ" филиал в г. Славянске-на-Кубани. - Славянск-на-Кубани : ИЦ филиала КубГУ в г. Славянске-на-Кубани, 2013. - 78 с.

5 Горбунов, А.П. Теория и практика управления качеством образования в России : монография / А.П. Горбунов, Е.Б. Горлова, Н.В. Масленникова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 172 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-8700-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464132>

6 Демченко, С.Г. Проблемы и перспективы развития регионального туризма в России : монография / С.Г. Демченко, И.С. Кабиров ; Институт экономики, управления и права (г. Казань), Научно-образовательный кластер в сфере торговли, индустрии гостеприимства и др. - Казань : Познание, 2011. - 192 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-8399-0369-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257532>

7 Кулян К. К. Устойчивое развитие туристских дестинаций в горной и предгорной зоне Северного Кавказа: монография / К. К. Кулян, М. К. Кулян. - Москва: ИНФРА-М, 2012. - 143 с. - (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-00620-0

8 Махова А. В. Экономика учреждений культуры и социальной сферы. Модуль "Экономические отношения в системе образования и культуры" : учебно-методическое пособие с элементами рабочей тетради к практическим занятиям и самостоятельной работе студентов 2 курса, обучающихся по направлению 050100.62 "Педагогическое образование", профиль "Экономика", профили "Экономика" и "Право". Часть 1. / А. В. Махова; ФГБОУ ВПО "КубГУ" филиал в г. Славянске-на-Кубани. - Славянск-на-Кубани : ИЦ филиала КубГУ в г. Славянске-на-Кубани, 2013. - 69 с.

9 Омельченко, В.Д. Использование современных технических достижений в сфере обслуживания и туризма / В.Д. Омельченко. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00225-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140318>

10 Скоробогатов, А.В. Нормативно-правовое обеспечение образования : учебное пособие / А.В. Скоробогатов, Н.Р. Борисова ; Институт экономики, управления и права (г. Казань). - Казань : Познание, 2014. - 288 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257983>

11 Современная библиотека и образование: социокультурный аспект: научно-практическое пособие / Н. П. Лысикова, О. И. Алимаева, Н. Р. Вакулич. - М.: Литера, 2009. - 80 с. - (Современная библиотека; Вып. 53). - ISBN 978-5-91670-021-3 : 82-79

### Периодические издания

1. Бюджет. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/80466/udb/2250>.

2. Вестник Московского университета. Серия 06. Экономика. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/9005/udb/1190>.

3. Вестник Санкт- Петербургского университета. Экономика. – URL:

- <https://dlib.eastview.com/browse/publication/71210/udb/1190>.
4. Вопросы экономики. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/592/udb/4>.
- Гуманитарные и социально-экономические науки. – URL: <http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1379564>.
5. Деньги и кредит. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/18306/udb/1190>.
6. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств (квартальное издание). – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/37946/udb/1650>.
7. Журнал экономической теории. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/65687/udb/2250>.
8. Информация о социально-экономическом положении в России. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/37926/udb/1650>.
9. Краткосрочные экономические показатели Российской Федерации. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/37911/udb/1650>.
10. Общество и экономика. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/592/udb/4>.
11. Регион: экономика и социология. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/59606/udb/2250>.
12. Региональная экономика: теория и практика. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/59107/udb/2250>.
13. Российская экономика: прогнозы и тенденции. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/80308/udb/1190>.
14. Российский экономический журнал. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/19126/udb/1190>.
15. Социально-экономическое положение России. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/35368/udb/1650>.
16. Семья в России. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/81038/udb/1650>.
17. Экономика: вчера, сегодня, завтра. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=32395>.
18. Экономика региона. – URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=11938>.
19. Экономическое развитие России. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/64218/udb/4>.
20. Экономический журнал Высшей школы экономики. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/80287/udb/1190>.
21. Экономика и жизнь. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/496/udb/1190>.
22. ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/7025/udb/4>.
23. Экономическая активность населения России. – URL: <http://dlib.eastview.com/browse/publication/34326/udb/1650>.

## Интернет-ресурсы

1 ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» [учебные, научные издания, первоисточники, художественные произведения различных издательств; журналы; мультимедийная коллекция: аудиокниги, аудиофайлы, видеокурсы, интерактивные курсы, экспресс-подготовка к экзаменам, презентации, тесты, карты, онлайн-энциклопедии, словари] : сайт. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red).

2 ЭБС издательства «Лань» [учебные, научные издания, первоисточники, художественные произведения различных издательств; журналы] : сайт. – URL: <http://e.lanbook.com>.

3 ЭБС «Юрайт» [раздел «ВАША ПОДПИСКА: Филиал КубГУ (г. Славянск-на-Кубани): учебники и учебные пособия издательства «Юрайт»] : сайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/catalog/E121B99F-E5ED-430E-A737-37D3A9E6DBFB>.

4 Научная электронная библиотека. Монографии, изданные в издательстве Российской Академии Естествознания [полнотекстовый ресурс свободного доступа] : сайт. – URL: <https://www.monographies.ru/>.

5 Научная электронная библиотека статей и публикаций «eLibrary.ru» : российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины, образования [5600 журналов, в открытом доступе – 4800] : сайт. – URL: <http://elibrary.ru>.

6 Базы данных компании «Ист Вью» [раздел: Периодические издания (на рус. яз.) включает коллекции: Издания по общественным и гуманитарным наукам; Издания по педагогике и образованию; Издания по информационным технологиям; Статистические издания России и стран СНГ] : сайт. – URL: <http://dlib.eastview.com>.

7 КиберЛенинка : научная электронная библиотека [научные журналы в полнотекстовом формате свободного доступа] : сайт. – URL: <http://cyberleninka.ru>.

8 Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральная информационная система свободного доступа к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов и к электронной библиотеке учебно-методических материалов для всех уровней образования: дошкольное, общее, среднее профессиональное, высшее, дополнительное : сайт. – URL: <http://window.edu.ru>.

9 Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [для общего, среднего профессионального, дополнительного образования; полнотекстовый ресурс свободного доступа] : сайт. – URL: <http://fcior.edu.ru>.

10 Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации [полнотекстовый ресурс свободного доступа] : сайт. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru>.

11 Энциклопедиум [Энциклопедии. Словари. Справочники : полнотекстовый ресурс свободного доступа] // ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» : сайт. – URL: <http://enc.biblioclub.ru/>.

12 Электронный каталог Кубанского государственного университета и филиалов. – URL: <http://212.192.134.46/MegaPro/Web/Home/About>.

13 Электронная библиотека «Grebennikon» [раздел: Журналы (на рус. яз.) по экономике и менеджменту] : сайт. – URL: <http://grebennikon.ru/journal.php>.

14 Словарь финансовых и юридических терминов [полнотекстовый ресурс свободного доступа] // КонсультантПлюс : справочно-правовая система : сайт. – URL: [http://www.consultant.ru/law/ref/ju dict](http://www.consultant.ru/law/ref/ju_dict).

Учебное издание

**Махова Анна Владимировна**

## **ЭКОНОМИКА УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ**

Учебно-методическое пособие к практическим занятиям  
и самостоятельной работе студентов 3-го курса,  
обучающихся по направлению 44.03.05 Педагогическое образование  
с двумя профилями подготовки: Экономика, Право  
очной и заочной форм обучения

Подписано в печать 12.01.2018 г.

Формат 60x84/8. Бумага типографская. Гарнитура «Таймс»

Печ. л. 10,38. Уч.-изд. л.5,48

Тираж 1 экз. Заказ № 950

Филиал Кубанского государственного университета

в г. Славянске-на-Кубани

353560, Краснодарский край, г. Славянск-на-Кубани, ул. Кубанская, 200

Отпечатано в издательском центре

филиала Кубанского государственного университета в г. Славянске-на-Кубани  
353560, Краснодарский край, г. Славянск-на-Кубани, ул. Коммунистическая, 2