

**Федеральное агентство по образованию
ГОУ ВПО «Алтайский государственный университет»**

УТВЕРЖДАЮ
декан исторического факультета
Демчик Е.В.
« _____ » _____ 2010 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине **«Введение в историю и теорию менеджмента»**
для специальности **031502.65 «Музеология»**
факультет **исторический**
кафедра **археологии, этнографии и музеологии**
курс **4**
семестр **8**
лекции **22 (час.)**
Зачет в **8** семестре
Всего часов **22**
Самостоятельная работа **22 (час.)**
Итого часов трудозатрат на дисциплину (для студента) по ГОС **44 (час.)**

2010 г.

Рабочая программа составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности «Музеология», утвержденного 02.03.2000 г. (приказ №686).

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры археологии, этнографии и музеологии 17.05.2010 г. (протокол №4)

Заведующий кафедрой _____ Ю.Ф. Кирюшин

Одобрено советом (методической комиссией) исторического факультета « ____ » _____ 2010 г.

Председатель комиссии _____ И.А. Якимова

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Курс «Введение в историю и теорию менеджмента» объединяет материал, посвященный характеристике основных направлений современного менеджмента и его особенностей в сфере культуры.

Цель настоящего курса состоит в том, чтобы познакомить студентов с основными направлениями и методами менеджмента в сфере культуры. В связи с обозначенной целью курс реализует следующие *задачи*:

1. Сформировать представление об особенностях менеджмента в сфере культуры.
2. Освоить содержание понятия «маркетинг» и его особенности в сфере культуры и искусства (на примере современных музеев).
3. Ознакомиться с основными технологиями позиционирования учреждения культуры.
4. Составить представление о государственном управлении сферой культуры.

Курс «Введение в историю и теорию менеджмента» является дисциплиной специализации и осваивается на четвертом курсе в форме лекционных занятий. Формы работы студентов: лекционные занятия. Курс тематически связан с такими дисциплинами как «Менеджмент и маркетинг в музейной деятельности», «Общая музеология», «Маркетинг экскурсионно-туристического бизнеса». Форма итогового контроля – зачет.

К уровню освоения содержания курса «Введение в теорию и историю менеджмента» предъявляются следующие *требования*. Студент должен знать:

1. Содержание понятий «менеджмент», «маркетинг», «управление» и их особенности применительно к учреждениям культуры.
2. Основные технологии позиционирования учреждения культуры и их особенности.
3. Особенности отечественного государственного управления в сфере интеллектуальной собственности.

Курс «Введение в историю и теорию менеджмента» отражает современные достижения в области менеджмента и законодательных основ в сфере культуры. Дисциплина носит вводный характер, обеспечивая теоретическую подготовку для изучения специального курса «Менеджмент и маркетинг в музейной деятельности».

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ВВЕДЕНИЕ В ИСТОРИЮ И ТЕОРИЮ МЕНЕДЖМЕНТА»

Тема 1. Менеджмент как область деятельности

Содержание понятия «менеджмент». Функции и методы менеджмента. Основные подходы к характеристике понятия «менеджмент». Соотношение менеджмента и управления. Категория «менеджер». Основные требования к менеджеру-руководителю. Директор и его заместитель. Общие и частные функции. Специфические функции менеджмента в сфере культуры. Методы менеджмента: подходы к классификации. Стратегическое планирование. Маркетинг.

Фундаментальные понятия теории управления. Цель, миссия, стратегия и тактика. Основные правила целеполагания. Прогнозирование и его последовательность. Правила постановки целей. Важность речевой коммуникации в системе управления. Маркетинг: подходы к определению понятия. Основные понятия маркетинга: запрос, товар, сделка, рынок и др. Бизнес-план. Фандрейзинг. Электронная коммерция.

Организационная культура. Руководитель и его роли. Функции руководителя. Понятие «организационная культура» и ее основные функции. Субъективные и объективные элементы организационной культуры. Разновидности организационных культур по С. Хонди. Типы организационных культур в трактовке Р. Акоффа. Виды организационных культур У. Оучи. Классификация организационных культур А. Кеннеди. Разновидности полномочий и их делегирование.

Тема 2. Историческое развитие знаний о менеджменте

Управленческая мысль и практика в древних цивилизациях. Традиции управления в Древнем Египте и Месопотамии. Принципы управления в Древнем Китае. «Артхашастра». Истоки менеджмента в античности.

Управленческие идеи в средние века и новое время. Макиавелли и идеи теории лидерства и управления. А. Смит. Ж.Б. Сэй. Р. Оуэн. Деятельность Ч. Бэббиджа. Ф.В. Тейлор: идеи и практика. Понятие «первоклассный работник». Концепция «управления заданиями».

Эволюция представлений о менеджменте в XX столетии. Основы отечественного менеджмента. Научная организация труда. Отношение к системе Тейлора в России. Файолизм и оценка менеджеров. Формы движения за научную организацию труда и управления в СССР. А.А. Богданов как теоретик управления. Модель организации Г. Минцберга. Менеджмент на современном этапе. Концепция «7С».

Тема 3. Менеджмент в сфере культуры

Менеджмент как система управления организацией культуры. Взаимосвязь культуры и менеджмента. Некоммерческая сфера и тенденции ее развития в России и за рубежом. Услуга в сфере культуры. «Духовное производство». Субъекты деятельности в сфере культуры в РФ. Формы объединения: товарищества, общества и др. Виды деятельности организаций в сфере культуры.

История и особенности развития музейного менеджмента. История мирового музейного менеджмента. Музей как культурный центр. Особенности российского музейного менеджмента. Коммерческая деятельность музеев. Концепция Е.Л. Шековой для оценки коммерческой деятельности музеев.

Опыт создания мегамузея. Музейная корпорация. Организационная структура и направления деятельности Государственного мемориального и природного заповедника Музея-усадьбы Л.Н. Толстого «Ясная Поляна». Цели мегамузея. Музейная корпорация: идеи и этапы становления. Основания музейной корпорации.

Бренд в сфере культуры и искусства. «Экономика брендов». Характеристика понятия «бренд». Брендовый товар. Бренд как фирменное наименование. Бренд как товарный знак. Виды товарных знаков. Название организации как товарный знак: особенности регистрации. Логотип как товарный знак.

Тема 3. Маркетинг как метод управления учреждением культуры

Маркетинг в деятельности учреждения культуры. Эволюция отношения к культуре. Особенности маркетинга в сфере культурно-просветительских услуг. Задачи службы маркетинга. Стиль жизни и механизмы групповой идентификации. Социальные эффекты возрастания и падения спроса.

Социальный маркетинг в «цивилизации досуга». Формирование понятия. «Гедонистическая» концепция в «цивилизации досуга». Новые культурные посетители. Экономика символов. Особенности социального маркетинга: концепция четырех дополнительных «Р». Спрос и рынки в культурной сфере. Маркетинговые стратегии в сфере культуры. Товары-комплименты.

Тема 4. Технологии позиционирования учреждения культуры

Связи с общественностью: понятие и история формирования. Подходы к определению понятия «паблик рилейшнз». Содержание Мексиканского заявления. История развития PR. Этапы развития по Р. Смигу. Айви Ли. Э.Л. Бернейз. Связи с общественностью: соотношение с рекламой и пропагандой. Паблисити.

Специфика PR-деятельности в сфере культуры. Преимущества организаций культуры. Репутация и имидж учреждения. Составляющие имиджа организации культуры. Культурный продукт как товар: понятие, разновидности и основные принципы продвижения.

Формы реализации пиар-кампаний. Презентация: понятие. действующие лица, цели, виды. Проактивная и интерактивная презентации. Конференция. Медиа-кит. Круглый стол. День открытых дверей. Выставка. Прием: подготовка и виды. Промоушн-акция: основные категории.

Взаимодействие учреждения культуры и средств массовой информации. Основания деятельности масс-медиа. Разновидности СМИ: структура работы и виды информации для освещения. Формы подачи информации: пресс-справка, пресс-релиз, пресс-пакет. Правила оформления информации.

Тема 6. Государственное управление в сфере культуры

Деятельность Министерства культуры РФ. История становления министерства. Компетенция. Основные полномочия. Права министерства культуры РФ. Функции министра. Росохранкультура и Росархив.

Направления развития культурной политики в России. Вопросы культуры в Конституции РФ. Содержание Закона РФ N 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре». Основные понятия. Права и свободы человека в области культуры. Национальное культурное достояние и культурное наследие народов. Обязанности государства в сфере культуры. Разработка направлений государственной политики в сфере культуры и искусства.

Управление интеллектуальной собственностью в сфере культуры. Объекты интеллектуальной собственности в сфере культуры. Понятие «авторское право». Разновидности авторских прав. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах». Неимущественные и исключительные права автора. Объекты авторского права. Международные документы как источник авторского права.

3. ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ

1. Содержание понятия «менеджмент».
2. Фундаментальные понятия теории управления.
3. Организационная культура.
4. Управленческая мысль и практика в древних цивилизациях.
5. Управленческие идеи в средние века и новое время.
6. Эволюция представлений о менеджменте в XX столетии.
7. Менеджмент как система управления организацией культуры.
8. История и особенности развития музейного менеджмента.
9. Опыт создания мегамузея. Музейная корпорация.
10. Бренд в сфере культуры и искусства.
11. Маркетинг в деятельности учреждения культуры.
12. Социальный маркетинг в «цивилизации досуга».
13. Связи с общественностью: понятие и история формирования.
14. Специфика пиар-деятельности в сфере культуры.
15. Формы реализации пиар-кампаний.
16. Взаимодействие учреждения культуры и средств массовой информации.
17. Деятельность Министерства культуры РФ.
18. Направления развития культурной политики в России. Управление интеллектуальной собственностью в сфере культуры.

4. Учебно-методическое обеспечение курса

Основная литература

Переверзев М.П., Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебное пособие. М., 2007. 192 с.

Пятенко С.В. 9 основ менеджмента: книга руководителя. СПб. : Питер, 2004. 608 с.

Тулъчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие / Г. Л. Тулъчинский, Е. Л. Шекова. СПб. : Лань, [2009]. 544с.

Учитель Ю.Г. Разработка управленческих решений: учеб. для вузов М. : ЮНИТИ [ДАНА], 2007. 383с.

Шекова Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций. СПб., 2003. 168 с.

6. Библиографический список

Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А.В. Лебедев. М., 2001. С. 168–191.

Андрейкина М.С. Бренд в сфере культуры и искусства. Правовая регламентация регистрации наименования учреждения // Справочник руководителя учреждения культуры. 2004. №10. С. 42–48.

Козлова Т.В. PR-деятельность учреждения культуры. Реализации оценка эффективности PR-кампании // Справочник руководителя учреждения культуры. 2007. №2. С. 42–49.

Козлова Т.В. Технологии позиционирования учреждения // Справочник руководителя учреждения культуры. 2005. №11. С. 65–73.

Лебедева Е.А. Технологии работы учреждения культуры по связям с общественностью // Музей будущего: информационный менеджмент / Сост. А.В. Лебедев. М., 2001. С. 191–212.

Шекова Е. Маркетинг в сфере культуры // Музей. 2006. №1. С. 29–35.

Шекова Е.Я. Оценка эффективности коммерческой деятельности музеев // Музей. 2005. №6. С. 28–32.

8. Интерактивные ресурсы

Востряков Л. Современный музейный менеджмент // <http://www.arkhadm.gov.ru>

Орлов А.И. Менеджмент: учебник. М., 2003 // http://www.aup.ru/books/m1s1/1_1.htm

Тулъчинский Р.Л. Менеджмент в сфере культуры // <http://www.countries.ru/library/orgculture/tulchinsky>

PR-деятельность в организациях культуры // <http://www.pr.stalingrad.ws/pr/main.htm>