

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе
БГУКИ

_____ В. Р. Языкович
« ____ » _____ 2018 г.
Регистрационный № УД- _____ /уч.

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине специализированного модуля для специальности 1-21 04 01
Культурология (по направлениям), направления специальности 1-21 04 01-02
Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 01
Менеджмент социальной и культурной сферы, специализации 1-21 04 01-02 02
Менеджмент международных культурных связей, специализации 1-21 04 01-02 03
Менеджмент рекламы и общественных связей, специализации 1-21 04 01-02 04
Информационные системы в культуре; специальности 1-23 01 14 Социально-
культурная деятельность, специализации 1-23 01 14 01 Организация и методика
социально-культурной деятельности в культурно-досуговых учреждениях,
специализации 1-23 01 14 03 Организация и методика социально-культурной
деятельности в санаторно-оздоровительных и туристско-спортивных
учреждениях; специальности 1-21 04 02 Искусствоведение (по направлениям),
направления специальности 1-21 04 02-05 Искусствоведение (интегрированное),
специализации 1-21 04 02-05 01 Компаративное искусствоведение*

Учебная программа составлена на основе образовательных стандартов высшего образования ОСВО-2013 по специальностям: 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), 1-23 01 14 Социально-культурная деятельность, 1-21 04 02 Искусствоведение (по направлениям) и учебных планов по специализациям: 1-21 04 01-02 01 Менеджмент социальной и культурной сферы, рег. № Д21-1-73/17 уч.; 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, рег. № Д21-1-69/17 уч.; 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей, рег. № Д21-1-70/17 уч.; 1-21 04 01-02 04 Информационные системы в культуре, рег. № Д21-1-71/17 уч.; 1-23 01 14 01 Организация и методика социально-культурной деятельности в культурно-досуговых учреждениях, специализации 1-23 01 14 03 Организация и методика социально-культурной деятельности в санаторно-оздоровительных и туристско-спортивных учреждениях, рег. № Е23-1-75/17 уч.; 1-21 04 02-05 01 Компаративное искусствоведение рег. № Д21-1-72/17 уч.

СОСТАВИТЕЛЬ

А. И. Гурченко, старший преподаватель кафедры межкультурных коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н. П. Яконюк, профессор кафедры теории музыки и музыкального образования учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», доктор искусствоведения, профессор;

И. Ф. Толкач, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин учреждения образования «Белорусский государственный аграрный технический университет», кандидат искусствоведения, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой философии и методологии гуманитарных наук учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 11 от 13.06.2017);
президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 2 от 14.12.2017)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: А. И. Гурченко

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина специализированного модуля «Экономические основы социокультурной деятельности» – учебная дисциплина, которая способствует совершенствованию теоретических умений будущего специалиста по исследованию и анализу социокультурного пространства и формированию практических навыков управленческой деятельности и предпринимательства в сфере культуры.

К числу наиболее актуальных проблем современности относится проблема бытия человека в качестве социального существа, его существование в конкретной сфере жизни общества (сфере культуры), включающей сохранение и использование культурно-исторического наследия, исполнительство, творческую и концертную деятельность, организацию досуга и развлечений и т. д. Экономика социокультурной деятельности призвана обеспечить успешное функционирование этой сферы. Таким образом, предметом дисциплины являются экономические взаимоотношения и законы функционирования общественного хозяйства в социокультурной сфере.

Деятельность в сфере культуры является более широким понятием, чем экономическая деятельность, и несет в себе социально-экономический характер. Это не позволяет использовать отдельные экономические категории, применяемые в других экономических дисциплинах. Для характеристики явлений, событий, процессов, происходящих в сфере культуры, необходимо введение категорий, учитывающих отраслевую специфику. Социокультурная сфера как отрасль экономики обладает существенной спецификой как в производстве и реализации продукта, так и в функционировании различных учреждений и предприятий данной сферы. Современные условия хозяйствования, развитие предпринимательства, появление все новых видов учреждений и организаций обуславливают потребность в определенном нетрадиционном мышлении у специалиста, а также конкретных знаний экономики отрасли. Таким образом, данная учебная дисциплина позволяет студентам изучить теорию и выявить специфику экономического развития социокультурной сферы как одного из секторов экономики во всем многообразии форм их реализации. В этой связи учебная дисциплина

«Экономические основы социокультурной деятельности» непосредственно связана с такими учебными дисциплинами, как обязательный модуль «Экономика», «Экономика культуры», «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры», «Социокультурный менеджмент» и т. д.

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

В процессе изучения дисциплины согласно требованиям образовательного стандарта студент должен развить следующие академические компетенции:

АК-1. Уметь использовать базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками в сфере культурологии.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом к решению проблем.

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

АК-8. Владеть навыками устной и письменной коммуникации.

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни, самостоятельно принимать профессиональные решения, анализировать исторические и современные проблемы экономической и социокультурной жизни общества.

Также студент должен развить следующие социально-личностные компетенции:

СЛК-2. Быть способными к социальному взаимодействию.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

Кроме того, студент должен развить следующие профессиональные компетенции:

ПК-1. Присоединять различные группы населения и отдельных индивидов к процессу создания, освоения, сохранения и распространения ценностей культуры.

ПК-2. Использовать нормативно-правовую базу отрасли культуры.

ПК-8. Приобретать новые знания, используя современные информационные технологии.

ПК-9. Оценивать состояние, тенденции и перспективы развития сферы культуры и искусств.

ПК-10. Прогнозировать, планировать и организовывать инновационно-методическую и художественно-творческую деятельность в сфере культуры и искусств.

В связи с этим основная задача учебной дисциплины состоит в том, чтобы дать будущему специалисту знания и навыки в области теории, анализа и оценки социокультурной деятельности. Она преследует цель показать характер конкретных процедур, которые реализуются в условиях профессиональных организаций культуры, выступающих в роли хозяйствующего субъекта, специфику основных категорий, характер выпускаемой продукции и многие другие вопросы.

Таким образом *цель учебной дисциплины* специализированного модуля «Экономические основы социокультурной деятельности» – формирование системных знаний в области экономических отношений в социокультурной деятельности современного общества.

Задачи учебной дисциплины:

– закрепление навыков использования систематизированных теоретических и практических знаний при решении социальных и профессиональных задач;

– знакомство студентов с современными тенденциями развития экономики социокультурной деятельности;

– формирование навыков поиска и анализа информации систематизации и комплексного анализа материала по проблематике;

– формирование способности изучать и продвигать региональные и республиканские достижения в сфере культуры на международный уровень.

В результате освоения дисциплины специализированного модуля «Экономические основы социокультурной деятельности» студент должен *знать*:

- терминологию, используемую при изучении учебной дисциплины;
- современные тенденции развития экономики социокультурной сферы;
- инновационные формы организации социокультурного пространства территории;
- основные источники информации: базы данных, журналы, сайты городов, научные мероприятия;
- методы количественного и качественного анализа, используемые для решения аналитических и исследовательских задач.

По результатам освоения учебной дисциплины студент должен *уметь*:

- профессионально и грамотно применять понятийный аппарат в процессе коммуникации и при решении конкретных задач обучения;
- селекционировать и применять теоретический материал при решении практических задач;
- ориентироваться в вопросах современной организации социально-культурного пространства;
- проводить аналитическую работу и подготовку научных текстов (рецензий, эссе, НИРов), презентаций исследований и ведения дискуссии в ходе самостоятельной работы, на семинарских занятиях, решения и обсуждения кейсов.
- осуществлять художественно-творческую, организационно-управленческую и рекламно-информационную функции учреждений культуры с помощью обретенных компетенций.

Основные формы обучения – лекции и семинарские занятия. Учебным планом на изучение учебной дисциплины специализированного модуля «Экономические основы социокультурной деятельности» всего предусмотрено 72 часа, из них 34 часа – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов занятий: лекционных – 26, семинарских – 8. По завершению изучения учебной дисциплины предусмотрен зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Предмет, принципы, задачи и основные понятия экономики социокультурной сферы

Экономика социокультурной деятельности: основные понятия. Цель и задачи учебного курса специализированного модуля «Экономические основы социокультурной деятельности». Предмет, основные принципы и задачи экономики социокультурной сферы. Понятия «ценности», «блага» и «услуги». Категория «потребности». Типы потребностей человека. Экономическая стратегия удовлетворения потребностей в социокультурной сфере. Фактор времени в потреблении благ культуры.

Тема 2. Экономические агенты, собственность и доходы в экономике социокультурной сферы

Виды экономических агентов (хозяйствующих субъектов). Общие признаки организаций культуры как хозяйствующих субъектов. Права экономических агентов. Формы собственности. Объекты и субъекты собственности в социокультурной сфере. Результаты интеллектуальной деятельности. Доходы, получаемые от экономических ресурсов.

Тема 3. Экономический кругооборот в социокультурной сфере

Основа экономического кругооборота. Сектора экономики. Разделения труда в социокультурной сфере. Потребление культурной продукции, культурных благ и услуг как завершающая стадия в производстве культурных ценностей. Механизм ценообразования в экономике социокультурной сферы. Условия возникновения рынка. Основные функции рынка. Дифференциация продукта со стороны предложения. Основные виды конкуренции. Основные несовершенства рынка.

Тема 4. Организация финансирования в макроэкономике социокультурной сферы

Модели государственного влияния на культуру. Методы организации финансирования социокультурной сферы макроуровня. Методы финансирования культуры с участием государства. Критерии эффективности финансирования макроэкономики социокультурной сферы. Показатели эффективности культурной политики.

Тема 5. Налогово-бюджетная политика в макроэкономике социокультурной сферы

Налоговая политика государства. Типы налоговой политики. Налоговая система. Налоги как основная доходная часть государственного бюджета и инструмент регулирования экономики социокультурной сферы. Принципы налогообложения. Функции, виды и структура налогов. Способы взимания и методы уплаты налогов. Налоговые льготы.

Тема 6. Оплата и нормирование труда в макроэкономике социокультурной сферы

Функции заработной платы. Минимальная величина размера оплаты труда. Тарифная ставка. Структура оплаты труда. Система норм труда. Компенсационные выплаты (доплаты). Специальные выплаты (авторское вознаграждение, государственные стипендии, специальные гранты и т. д.). Основные направления государственного регулирования рынка труда в социокультурной сфере. Проблема кадров в социокультурной сфере. Система стимулирования работников социокультурной сферы.

Тема 7. Основные и оборотные фонды в социокультурной сфере

Классификация основных фондов в социокультурной сфере. Показатели основных фондов: фондовооруженность, фондо-

оснащенность, фондообеспеченность, фондоотдача, фондоемкость. Специфика основных фондов в социокультурной сфере.

Оборотные фонды в социокультурной сфере. Возможные пути увеличения объема оборотных средств и их эффективного использования. Экономически обоснованное соотношение частей оборотных фондов.

Тема 8. Деятельность учреждений культуры в условиях рынка

Факторы спроса в микроэкономике социокультурной сферы. Ценовая эластичность спроса. Временные периоды эластичности предложения продукции. Эластичность рыночного спроса. Задачи ценообразования в условиях эластичности спроса и предложения. Ценовые факторы.

Тема 9. Потребительское поведение в микроэкономике социокультурной сферы

«Потребительский минимум» в социокультурной сфере. Факторы, ограничивающие потребление культурных услуг. «Эффект замещения» товаров и услуг в микроэкономике социокультурной сферы. Культурно-антропологические характеристики типов потребительской активности в микроэкономике социокультурной сферы.

Тема 10. Креативная экономика как сектор новой экономики

Глобальные стандарты в новой экономике. Универсальные технологии и процессы. Уникальность товаров как конкурентное преимущество в новой экономике. Креативность как базовый элемент и условие развития информационного пространства. Набор инновационных факторов развития в современной инновационной структуре экономики.

*Тема 11. Роль креативной экономики
в развитии территорий*

Современный город как узел мировых потоков. Понятие «творческий город». Фундамент городской креативности. Ключевые факторы, отличающие творческую организацию от нетворческой. Стадии «круговорота городского творчества». Идеи городского развития Ч. Лэндри, Р. Флориды, Ф. Вуда. Городская инфраструктура творческого города. Примеры развития городов через творчество.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	семинарские занятия		
	Введение				
1	Тема 1. Предмет, принципы, задачи и основные понятия экономики социокультурной сферы	2			
2	Тема 2. Экономические агенты, собственность и доходы в экономике социокультурной сферы	2			
3	Тема 3. Экономический кругооборот в социокультурной сфере	2			
4	Тема 4. Организация финансирования в макроэкономике социокультурной сферы	4		2	реферат
5	Тема 5. Налогово-бюджетная политика в макроэкономике социокультурной сферы	2	2		
6	Тема 6. Оплата и нормирование труда в макроэкономике социокультурной сферы	2	2		
7	Тема 7. Основные и оборотные фонды в социокультурной сфере	2	2		
8	Тема 8. Деятельность учреждений культуры в условиях рынка	4	2		
9	Тема 9. Потребительское поведение в микроэкономике социокультурной сферы	2			
10	Тема 10. Креативная экономика как сектор новой экономики	2		2	реферат
11	Тема 11. Роль креативной экономики в развитии территорий	2		2	реферат
Всего...		26	8	6	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. *Абанкина, Т. В.* Финансирование организаций культуры: проблемы и перспективы в условиях кризиса / Т. В. Абанкина // Культура и рынок. Опекаемые блага : Российская академия наук : Институт экономики РАН. – СПб. : Алетейя, 2014. – С. 136–163.

2. *Артемьева, Т. В.* Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учеб. пособие / Т. В. Артемьева. – СПб. ; Москва ; Краснодар : Лань : Планета музыки, 2010. – 286 с.

3. *Быков, А. А.* Особенности формирования и реализации модели неоиндустриального развития экономики Республики Беларусь / А. А. Быков // Социология. – 2014. – № 2. – С. 58–68.

4. *Бяспалая, М. А.* Эканоміка ці культура: што першаснае? / М. А. Бяспалая // Весн. Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў. – 2005. – № 5. – С. 9–14.

5. *Галуцкий, Г. В.* Экономические теории и культура / Г. В. Галуцкий // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2013. – № 1. – С. 228–232.

6. *Гарифуллина, Н. Ю.* Финансовое обеспечение деятельности бюджетных образовательных учреждений по оказанию образовательной услуги / Н. Ю. Гарифуллина // Экономика образования. – 2011. – № 1. – С. 5–17.

7. *Дзарахова, Б. Ю.* Организация и финансирование деятельности учреждений культуры в регионе : моногр. / Б. Ю. Дзарахова. – М. : ИРОФ, 2015. – 116, [3] с.

8. *Капелюшников, Р. И.* Производительность и оплата труда в сфере искусства: альтернативная интерпретация / Р. И. Капелюшников // Культура и рынок. Опекаемые блага : Российская академия наук : Институт экономики РАН. – СПб. : Алетейя, 2014. – С. 73–89.

9. *Кононов, О. И.* Некоторые подходы к развитию креативной экономики в сфере культуры / О. И. Кононов // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2010. – № 6. – С. 131–134.

10. Криштаносов, В. В. К проблеме типологии креативных индустрий / В. В. Криштаносов // Культура. Наука. Творчество : X Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 12 мая 2016 г.) : сб. науч. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств, Белорус. гос. акад. музыки, Белорус. гос. акад. искусств. – Минск, 2016. – Вып. 10. – С. 69–73.

11. Криштаносов, В. В. Современные культурные индустрии: теоретический аспект / В. В. Криштаносов // Весн. Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў. – 2016. – № 2 (26). – С. 33–39.

12. Культура и рынок. Опекаемые блага = Culture and market economy. Patronized goods / под ред. А. Я. Рубинштейна, В. Ю. Музычук. – СПб. : Алетейя, 2014. – 396, [2] с.

13. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М., 2005. – 209 с.

14. Маковская, Н. В. Современные подходы к трансформации системы нормирования труда / Н. В. Маковская // Весн. Магілёўск. дзярж. ун-та імя А. А. Куляшова. Сер. Д. Эканоміка, сацыялогія, права. – 2014. – № 2. – С. 4–14.

15. Матецкая, М. В. Творческие индустрии сквозь призму культурной политики / М. В. Матецкая // Культура и рынок. Опекаемые блага : Российская академия наук : Институт экономики РАН. – СПб. : Алетейя, 2014. – С. 252–263.

16. Мельвиль, Е. Х. Правовые и экономические модели деятельности в сфере культуры и творческого предпринимательства : учеб. пособие / Е. Х. Мельвиль. – М. : Дело, 2010. – 189 с.

17. Музычук, В. Ю. Государство и финансирование сферы культуры: в поисках здравого смысла / В. Ю. Музычук // Обсерватория культуры. – 2013. – № 1. – С. 46–56.

18. Новосельская, В. В. Влияние постиндустриальной экономики на региональный культурный ландшафт / В. В. Новосельская // Вестн. Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – 2016. – № 2. – С. 69–78.

19. Осмоловская, Л. Н. Повышение экономической самостоятельности организаций социальной сферы в Республике Беларусь / Л. Н. Осмоловская // Социально-культурный менеджмент: теория и практика : сб. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2014. – С. 83–87.

20. *Смаргович, И. Л.* Творческие индустрии: перспективы развития в Республике Беларусь / И. Л. Смаргович // *Навуковы пошук у сферы сучаснай культуры і мастацтва : матэрыялы навук. канф.* (Мінск, 28 лістап. 2013 г.) / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2014. – С. 346–350.

21. *Стубеда, С. А.* Специфика фандрейзинговой деятельности: зарубежный и белорусский опыт / С. А. Стубеда // *Культура: открытый формат – 2014* (библиотекосведение, библиографосведение и книговедение, искусствосведение, культурология, музееведение, социокультурная деятельность) : сб. науч. ст. / Беларус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2014. – С. 354–358.

22. *Суминова, Т. Н.* Творческие/креативные индустрии как вариант модернизации сферы культуры и искусства / Т. Н. Суминова // *Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств.* – 2012. – № 3. – С. 30–36.

23. *Сэнд, Грегори А.* Принципы мерчендайзинга = Principles of Merchandising / Грегори А. Сэнд ; пер. с англ. М. С. Долженков ; науч. ред. Е. Г. Богачева. – Минск : Гревцов Паблішер, 2007. – 251 с.

24. *Тросби, Д.* Экономика и культура = Economics and culture / Д. Тросби ; пер. с англ. И. Кушнарева ; науч. ред. Артем Смирнов. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 254, [1] с.

25. *Турлай, И. С.* Где взять ресурсы для модернизации? / И. С. Турлай // *Беларус. думка.* – 2017. – № 3. – С. 74–78.

26. *Флорида, Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М., 2005. – 276 с.

27. *Хаунина, Е. А.* «Процентная филантропия» – проблемы трансплантации успешного института финансовой поддержки культурной деятельности / Е. А. Хаунина // *Культура и рынок. Опекаемые блага : Российская академия наук : Институт экономики РАН.* – СПб. : Алетейя, 2014. – С. 164–178.

28. *Хезмондалш, Д.* Культурные индустрии = The cultural industries / Д. Хезмондалш ; пер. с англ. И. Кушнарева ; науч. ред. Алена Михалева. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 453, [1] с.

29. *Шекова, Е. Л.* Управление учреждениями культуры в современных условиях : учеб. пособие / Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2014. – 412 с.

30. *Шекова, Е. Л.* Экономика и менеджмент некоммерческих организаций : учебник / Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань, 2004. – 191 с.

31. *Шимов, В. Н.* Экономика Беларуси: современное состояние и вектор перспективного развития / В. Н. Шимов // Социология. – 2014. – № 3. – С. 7–17.

32. *Щитцова, А. В.* Управление финансированием социально-культурной сферы Беларуси / А. В. Щитцова // Социально-культурный менеджмент: теория и практика : сб. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2014. – С. 128–132.

33. Экономика региона : учеб. пособие для студентов экономических специальностей вузов / под. ред. В. И. Борисевича. – Минск : БГЭУ, 2002. – 421, [1] с.

34. Экономическая теория : учебник для студентов вузов / под ред. В. Д. Камаева. – 7-е изд., перераб. и доп. – М. : ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2001. – 638, [1] с.

35. Экономическая теория : учеб. пособие для студентов неэкономических специальностей учреждений, обеспечивающих получение высшего образования / под общ. ред. Л. Н. Давыденко. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2008. – 351, [1] с.

36. Экономическая теория : учеб. пособие для студентов педагогических специальностей вузов / авт.: Л. Н. Давыденко [и др.] ; под общ. ред. Л. Н. Давыденко. – Минск : Выш. шк., 2002. – 365, [1] с.

Дополнительная

1. *Ажойчик, Н. А.* Особенности маркетинга учреждений культуры / Н. А. Ажойчик // Асноўныя тэндэнцыі развіцця сучаснай беларускай культуры : матэрыялы навук. канф. (Мінск, 23–24 лістап. 2011 г.) / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2013. – С. 32–38.

2. *Андреева, Л. А.* История развития рынка труда и заработной платы в условиях мирового кризиса / Л. А. Андреева // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2010. – № 1. – С. 215–218.

3. *Байнев, В. Ф.* Индустриальная революция в «постиндустриальном» обществе / В. Ф. Байнев // Беларус. думка. – 2017. – № 5. – С. 58–63.

4. *Баранова, Ю. А.* Социальная ответственность бизнеса: теоретический аспект / Ю. А. Баранова // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2012. – № 4. – С. 225–228.

5. *Журавков, М. А.* Интеллектуальный потенциал экономики / М. А. Журавков // Беларус. думка. – 2016. – № 7. – С. 33–37.

6. *Ковалев, С. В.* Проблемы социокультурного развития инноваций и содержания научно-технического прогресса в условиях глобализации экономики / С. В. Ковалев // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2009. – № 6. – С. 234–240.

7. *Кривашэй, Д.* Бюджэтна-падатковая палітыка ў сферы культуры Рэспублікі Беларусь (1991–2010) / Д. Кривашэй // Традыцыйная і сучасная культура Беларусі: гісторыя, актуальны стан, перспектывы : матэрыялы навук. канф. (Мінск, 6 снеж. 2012 г.) / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2013. – С. 88–94.

8. *Лабоха, Е. К.* Краудфандинг как способ продвижения и финансирования издания / Е. К. Лабоха // Матэрыялы XII Міжнар. кнігазнаўчых чытанняў «Кніжная культура Беларусі: погляд праз стагоддзі», Мінск, 7–8 крас. 2016 г. / Нац. б-ка Беларусі. – Мінск, 2016. – С. 358–361.

9. *Мак-Илрой, Эндрю.* Культура и бизнес. Путеводитель по фандрейзингу = Bridges to new partnerships for the arts. A basic fundraising guide / Эндрю Мак-Илрой ; пер. с англ. О. Синицина ; науч. ред., предисл. М. Гнедовского. – М. : Классика-XXI, 2010. – 155, [1] с.

10. *Мартынов, В. Ф.* Феномен продюсерства в условиях современной социокультурной ситуации / В. Ф. Мартынов // Вестн. Ин-та соврем. знаний. – 2016. – № 3. – С. 116–120.

11. *Переверзев, М. П.* Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. пособие по направлению подготовки «искусства и гуманитарные науки» / М. П. Переверзев. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 189 с.

12. *Рубинштейн, А. Я.* Исследование «опекаемых благ» в сфере культуры: эконометрическая модель «болезни цен» / А. Я. Рубинштейн // Культура и рынок. Опекаемые блага :

Российская академия наук : Институт экономики РАН. – СПб. : Алетейя, 2014. – С. 12–66.

13. Сакович, Ю. В. Новые деньги: деноминация в вопросах и ответах: в помощь преподавателям факультативных курсов по изучению основ экономики и предпринимательства / Ю. В. Сакович // Нар. асвета. – 2016. – № 2. – С. 12–14.

14. Сыч, О. Быть и/или со-существовать?: социоэкономические аспекты взаимодействия искусства и общества / О. Сыч // Художник между властью и рынком : сб. ст. ; Гос. ин-т искусствоведения. – М. : ГИИ, 2013. – С. 89–100.

15. Тамбовцев, В. Л. Причины «болезни цен»: низкая производительность или культурные стереотипы? / В. Л. Тамбовцев // Культура и рынок. Опекаемые блага : Российская академия наук : Институт экономики РАН. – СПб. : Алетейя, 2014. – С. 67–72.

16. Тросби, Д. Экономика и культура = Economics and culture / Д. Тросби ; пер. с англ. Инны Кушнारेвой ; науч. ред. Артем Смирнов. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 254 с.

17. Экономические основы культурной деятельности. Индивидуальные предпочтения и общественный интерес : в 3 т. Т. 1 : Рынок культурных услуг: публика театра 90-х годов / отв. ред. А. Я. Рубинштейн, Ю. У. Фохт-Бабушкин. – СПб. : Алетейя, 2002. – 634 с.

Методы и технологии обучения

В числе эффективных педагогических технологий, которые содействуют развитию у студентов критического мышления, опыта формирования и использования инструментария учебно-творческой деятельности, ролевого и имитационного моделирования, возможности осваивать новый коммуникативный опыт, поиска и выявления студентами собственных смыслов и ценностного отношения, можно выделить следующие технологии: проблемного обучения, развития критического мышления, проведения учебных дискуссий, дебатов, публичных выступлений, учебной деловой игры, рациональной организации самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине

Самостоятельная работа студентов является основным способом охвата учебного материала по дисциплине специализированного модуля «Экономические основы социокультурной деятельности» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины через систематизацию, планирование и контроль собственной деятельности. С учетом содержания, цели и задач дисциплины специализированного модуля «Экономические основы социокультурной деятельности» целесообразно осуществлять такие два вида самостоятельной работы по дисциплине, как самостоятельная работа, которая обеспечивает подготовку к аудиторным занятиям, и самостоятельная работа при подготовке к зачету по дисциплине.

С учетом содержания, цели и задач дисциплины студентам предлагается осуществлять такие виды самостоятельной работы по дисциплине, как контент-анализ публикаций по экономике социокультурной деятельности, составление аннотаций и реферирование.

В процессе изучения дисциплины студенты всех форм обучения выполняют самостоятельную учебно-исследовательскую, поисковую работу реферативного характера. Результаты данной работы оформляются в виде реферата или презентации. Объем подобного рода работы должен составлять 10–15 страниц печатного текста либо 15–25 слайдов презентации и содержать, в обязательном порядке, следующие компоненты: введение, основную часть (структурируемую при необходимости на отдельные главы, параграфы), заключение, список использованных источников.

Методические указания по выполнению реферата

Написание реферата практикуется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент еще глубже постигает наиболее сложные проблемы учебной дисциплины, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, излагать результаты своего труда.

Процесс написания реферата включает в себя:

- выбор темы;
- подбор литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление;
- устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов, и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Рекомендованная преподавателем тематика примерна. Поэтому студент при желании может сам предложить ту или иную тему, согласовав ее предварительно с преподавателем.

Работа начинается с подбора и изучения литературы. Можно использовать литературу, самостоятельно подобранную в результате изучения библиографии. Особое внимание необходимо уделять новой литературе по избранной проблематике.

План реферата должен быть составлен таким образом, чтобы он раскрывал название работы. Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и заключения, где формируются выводы, оценки и предложения.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Объем реферата – от 10 до 15 страниц печатного текста. На титульном листе указывается название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, фамилия и инициалы студента, факультет, номер группы, фамилия и инициалы научного руководителя, дата написания работы.

Особое внимание следует уделять оформлению ссылок на литературу. Содержание реферата студент должен (по возможности) докладывать на практическом занятии, научной конференции, в течение 7–10 мин. изложив основные положения своей работы. На основе обсуждения написанного и доложенного реферата студенту выставляется соответствующая оценка.

Темы рефератов

1. Финансирование социокультурной сферы: проблемы и перспективы.
2. Государство и финансирование сферы культуры.
3. Модели государственного влияния на культуру.
4. Фандрейзинг как способ привлечения денежных средств и иных ресурсов для реализации проектов и программ в социокультурной сфере.
5. Специфика фандрейзинговой деятельности: зарубежный и белорусский опыт.
6. Меценатство как форма поддержки социокультурной сферы.
7. Спонсорство как форма поддержки социокультурной сферы.
8. Благотворительность в социокультурной сфере.
9. Государственная поддержка благотворительной и спонсорской деятельности в социокультурной сфере.
10. Креативная экономика как сектор новой экономики.
11. Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы.
12. Креативные индустрии как инновации в культуре, менеджменте, технологиях.
13. Креативные индустрии и городское развитие в XXI веке.
14. Развитие креативных индустрий как перспектива для привлечения зарубежных инвестиций.
15. Креативный кластер в контексте социокультурных проблем региона.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине специализированного модуля для специальности 1-21 04 01
Культурология (по направлениям), направления специальности 1-21 04 01-02
Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 01
Менеджмент социальной и культурной сферы, специализации 1-21 04 01-02 02
Менеджмент международных культурных связей, специализации 1-21 04 01-02 03
Менеджмент рекламы и общественных связей, специализации 1-21 04 01-02 04
Информационные системы в культуре; специальности 1-23 01 14 Социально-
культурная деятельность, специализации 1-23 01 14 01 Организация и методика
социально-культурной деятельности в культурно-досуговых учреждениях,
специализации 1-23 01 14 03 Организация и методика социально-культурной
деятельности в санаторно-оздоровительных и туристско-спортивных
учреждениях; специальности 1-21 04 02 Искусствоведение (по направлениям),
направления специальности 1-21 04 02-05 Искусствоведение (интегрированное),
специализации 1-21 04 02-05 01 Компаративное искусствоведение*

Корректор В. Б. Кудласевич
Технический редактор А. В. Гицкая

Подписано в печать 2018. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 1,27. Уч.-изд. л. 0,85. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская. 17. 220007, г. Минск.