

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГИИ  
Кафедра социокультурных практик и коммуникаций

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕН В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

51.04.01 «Культурология»

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

*«Цифровая культура и социальные коммуникации»*

---

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2023

**Социокультурный менеджмент в цифровой среде**  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. культурологии, доцент кафедры социокультурных практик и коммуникаций факультета культурологии РГГУ В.Н. Мерзлякова

**УТВЕРЖДЕНО**

Протокол заседания кафедры социокультурных практик и коммуникаций  
№9 от 23.03.2023

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. Пояснительная записка .....	4
1. Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
2. Структура дисциплины .....	5
3. Содержание дисциплины .....	6
4. Образовательные технологии .....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения .....	7
5.1. Система оценивания .....	7
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине .....	8
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	10
6.1. Список источников и литературы .....	10
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». .... системы	
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	12
9. Методические материалы .....	13
9.1. Планы семинарских занятий .....	13
9.2. Иные материалы .....	14
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины .....	16

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Дисциплина «Социокультурный менеджмент в цифровой среде» знакомит слушателей с подходами, теориями и практиками менеджмента в социокультурной сфере. Общие принципы управления процессами изучаются в контексте специфики организаций и деятельности, связанных с созданием и трансляцией продуктов культурного, информационно, просветительского характера. Целью курса является ознакомление обучающихся с организацией бизнес-процессов и организационной культуры в современной России и знакомство с успешными зарубежными принципами и практиками для расширения инструментария и возможностей адаптации и применения в профессиональной практической деятельности.

Задачи дисциплины:

Изучить со студентами основные понятия, категории, направления в области менеджмента, организационной культуры, управления в социокультурной сфере.

Сформировать и повысить навыки и знания в профессиональной сфере, способствующие развитию как аналитических, так и практических возможностей в области создания и продвижения, управления продукцией в социокультурной сфере. Изучить особенности различных стратегий работы с информацией. Познакомиться с базовыми концепциями в области креативной экономики, культурных индустрий.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию с применением системного подхода и современного социально-научного знания, используя достоверные данные и надежные источники информации	<i>Знать:</i> - Определения и основные термины в области менеджмента - Теории и подходы в области управления социокультурной деятельностью <i>Уметь:</i> • Выявлять и систематизировать важную информацию о компании, рынке, структуре аудитории, возможностях медиапланирования. • ориентироваться в современном пространстве культурных цифровых практик. <i>Владеть:</i> • ключевыми теориями и подходами в теории менеджмента организаций и проектов

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Навыками разработки и управления проектов в цифровой среде</li> </ul>
ПК-4 Готов к педагогической и воспитательной деятельности в образовательных организациях	<p>ПК-4.2</p> <p>Умеет проводить с обучающимися групповые занятия, организовывать контроль их самостоятельной работы в соответствии с требованиями образовательного процесса; планировать учебный процесс, анализировать и составлять учебные программы; разрабатывать методические пособия.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <p>- терминологическую базу, авторов, ключевые подходы и процедуры организации процессов и информации в социокультурной сфере</p> <p>- <i>Уметь:</i></p> <p>Интерпретировать и разбирать технологическую и логическую оставляющую успешно работающих проектов в изучаемой сфере</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>Навыками подготовки и представления анализируемого материала в наглядной форме презентации</p>

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социокультурный менеджмент в цифровой среде» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «История и методология изучения культуры», «Теории и методы изучения массовой культуры», «Теории и практики медиа культуры», «Цифровая культура и общество», «Теории и практики партиципаторной культуры».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Цифровой брендинг», «Цифровые медиа в современных образовательных практиках».

### 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

#### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	24
3	Семинары/лабораторные работы	36
Всего:		60

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часов.

#### **Структура дисциплины для заочной формы обучения**

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>4,5</b>	Лекции	<b>8</b>
<b>4,5</b>	Семинары/лабораторные работы	<b>16</b>
Всего:		<b>24</b>

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа.

### **3. Содержание дисциплины**

Тема 1 Введение в предмет социокультурный менеджмент в цифровой среде: предмет, объект, цели и задачи. Особенности управленческой деятельности в цифровой мультимедийной среде. Управление организацией, командой, проектом и коммуникационными потоками - различные аспекты управленческой деятельности в социокультурной среде. Понятие рынка. Возможности исследований и прогнозирования их развития. Микро- и макро- уровни управления. Тактическое и стратегическое управление.

Тема 2 Показатели эффективности в области управленческой деятельности. Различие между эффективностью, результативностью, оптимизацией деятельности. Основы планирования проектной деятельности. Эффективные технологии управления временем и командой. Ключевые компетенции участников проектного коллектива. Теория лидерства. Понятие KPI. SMART-цели как система планирования результата проектной деятельности. Формирование плана и концепции проекта - цели, задачи, миссия, этапы развития.

Тема 3 Теория символического капитала. Управление и репутационная политика компании. Основы организационной культуры. Рынок труда в социокультурной сфере. Креативный класс и креативная экономика. Культурные индустрии.

Тема 4 Принципы информационного управления и распределения коммуникативных потоков в современной цифровой среде. Особенности различных каналов коммуникации. Специфика коммуникации в социальных сетях. Личность как субъект и проект: бизнес модели социальных медиа. Жанровое разнообразие современного блоггинга.

Тема 5 Культурные, просветительские проекты - особенности работы с информацией, коммуникативные стратегии взаимодействия с аудиторией, площадки и стратегии построения бренда. Трансмедийный компонент в развитии культурных и просветительских проектов.

Тема 5.1 Продюсерская деятельность в сфере управления культурой. Принципы управления в области исполнительского искусства

Система филармоний и концертных организаций в СССР как форма организации концертной деятельности. Значение профессиональных творческих союзов в развитии музыкальной индустрии. Система ВИА.

Музыкальное продюсирование: роль продюсера в развитии концепции продукта и стратегии представления в условиях цифровой среды.

Феномен К-рор индустрии как пример продюсерского проекта. Телевизионная культура музыкальных конкурсов в системе подготовки и продвижения востребованных аудиторией продуктов.

Тема 6 Экспертное знание в социокультурной сфере в системе социального капитала и публичного позиционирования. Кураторы, медиаторы. Галереи и аукционы. Конкурсы, фестивали, отраслевые мероприятия - изучение конфигурации индустрии и стратегии повышения экспертного статуса проекта.

#### 4. Образовательные технологии

При реализации программы курса «Социокультурный менеджмент в цифровой среде» используются: проблемный метод изложения лекционного материала, метод группового взаимообучения, дискуссии магистрантов по наиболее сложным темам и проблемам на практических занятиях.

Самостоятельная работа магистрантов организуется с использованием ресурсов научной библиотеки РГГУ, свободного доступа к Интернет-ресурсам, а также – с освоением полнотекстовых материалов (монографий, статей), которые составляют электронный ресурс кафедры истории и теории культуры.

Магистрантам предоставляется возможность выступать с докладами на магистерских конференциях РГГУ, используя материалы курсы.

Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

#### 5. Оценка планируемых результатов обучения

##### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- устный опрос	3 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	3 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация – зачет		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p>



Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Текущий контроль

**Вопросы для устного опроса на практических занятиях:**

1. Социокультурный менеджмент в цифровой среде - ключевые характеристики области изучения, проблем и задач в области управления проектами (УК-1.1, ПК-4.2)
2. Тактическое и стратегическое управление проектами в области культуры (УК-1.1, ПК-4.2)
3. Качественные показатели эффективности в работе проекта. Определения. Примеры формирования критериев. Сложности формулировки показателей в деятельности, связанной с культурной и просветительской работой. (УК-1.1, ПК-4.2)
4. Теория символического капитала. Конфертация капиталов. Системы управления репетиционным капиталом компании и проекта. (УК-1.1, ПК-4.2)
5. Корпоративная и организационная культура - определения, элементы формирования, принципы управления. (ПК-4.2)
6. Управление информационными и коммуникативными потоками в социальных сетях (УК-1.1, ПК-4.2)
7. Бизнес, ориентированный на персональный бренд - примеры, возможности, ограничения (УК-1.1, ПК-4.2)
8. Просветительские и культурные проекты в медиа - управление проектами и ценностями в цифровой среде (УК-1.1, ПК-4.2)
9. Кураторы, медиаторы, галеристы - роли и структура коммуникации в системе управления процессами современного арт-рынка (УК-1.1)
10. Культурные индустрии и изучение структуры вхождения и повышения статуса проекта в глазах аудитории (УК-1.1, ПК-4.2)

#### **Задания для групповой работы на практических занятиях (УК-1.1, ПК-4.2):**

1. Корпоративная культура и истории успеха компаний в жанрах бизнес-литературы. Выбрать и проанализировать историю успеха компании или персоны на основании интервью и/или бизнес-литературы. Как выстраивается нарратив, описываются ценности, формулируется миссия. Были ли в истории описаны конфликты, сложные периоды и способы выхода из них. Какие инструменты эффективного ведения бизнеса предлагает автор?
2. Проанализировать бренд персоны (на выбор студента), стратегию работы с аудиторией, имиджевые стратегии.
3. Выбрать, проанализировать, подготовить краткий гриф для последующего обсуждения в группах пример актуального проекта в области культуры/просветительской деятельности. Проанализировать структуру предлагаемых продуктов и услуг, коммуникативную, информационную стратегию. Принципы взаимодействия с аудиторией и управление репутационным капиталом компании.

#### **Промежуточная аттестация (УК-1.1, ПК-4.2)**

Промежуточная аттестация представляет собой итоговый доклад с презентацией, выполненный по группам. Студентам предлагается обобщить и инструментализировать приобретенные знания, а именно - разработать собственные проекты, нацеленные на образовательные, просветительские задачи. Необходимо представить цели и задачи проекта, конфигурацию реализуемых продуктов, требования к бюджету, составу и компетенциям команды. Предложить систему показателей, используемых для оценки эффективности работы. Контент-план и систему информационной поддержки проекта

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **6.1. Список источников и литературы**

1. Баженова Е.А. Иванова И.А. Блог как интернет-жанр//Вестник пермского университета. - Пермь, 2012. - с. 125-131. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/blog-kak-internet-zhanr>
2. Байрнс У. Менеджмент и культура. - М., 2020. - 622 с. Библиотека РГГУ: <https://liber.rsuh.ru/node/1040>
3. Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат//Журналистский ежегодник. - М., 2015. с. 120-124. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediyyny-longrid-kak-novyy-zhurnalistskiy-format>
4. Вартанова Е.Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиаменеджмента//Медиаскоп. 2007, №1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>
5. Вырковский А.В. Теоретические представления о медиаменеджменте: основные подходы и проблемные зоны//Вопросы теории и практики журналистики. - М., 2016. - с.29-44. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-predstavleniya-o-mediamedenazhmente-osnovnye-podhody-i-problemnye-zony/viewer>
6. Качкаева А. Как это делается: продюсирование в креативных индустриях // А. Качкаева // М.: ИНФРА, 2016. – 380 с. Режим доступа: <https://knigoposk.com/files/2016/04/kak-eto-delaetsya-prodyusirovanie-v-kreativnyh-industriyah.a4.pdf>
7. Мониторинг общественного мнения. - М., 2021. - №5., - 516 с. Режим доступа: <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/issue/view/132/59>
8. Лазуткина Е.В. Лидеры мнений в информационном пространства блогосферы рунета//Вестник новосибирского государственного университета. - Новосибирск, 2016. - №6. с. 51-58. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lidery-mneniy-v-informatsionnom-prostranstve-blogosfery-runeta/viewer>
9. Полякова Е.Ю. , Маконин А.Ю. Специалисты в области культуры на российском рынке труда//Экономическая социология. - М., 2021. - с. 36-53. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsialisty-v-oblasti-kultury-na-rossiyskom-rynke-truda>
10. Редько А.М. Продюсирование - форма управления персоналом в музыкальной индустрии//Проблемы современной науки и образования. - М., 2013. - с. 1-8. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodyusirovanie-forma-upravleniya-personalom-v-muzykalnoy-industrii/viewer>
11. Сумская А.С. Трансмедиа Storytelling в маркетинговых PR-коммуникациях // Вестник ЧелГУ. – 2016. – №13 (395). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/transmedia-storytelling-v-marketingovyh-pr-kommunikatsiyah>
12. Суминова Т.Н. Профессиональная подготовка арт-менеджеров в вузах культуры и искусств//Культура и образование. - М., 2014. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-podgotovka-art-menedzherov-v-vuzah-kultury-i-iskusstv>
13. Тульчинский Г.Л. Маркетинг и современная культура//Вестник культуры и искусств. М., 2006. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-i-massovaya-kultura/viewer>
14. Тульчинский Г.Л.
15. Юдина А. И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности. - Кемерово., 2018 - 127 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=344205>

## **6.2.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

Информационные справочные системы:

1.Консультант Плюс

## 2.Гарант

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы семинарских занятий**

Семинар 1 Агенты рынка, стратегическое управление, микро- и макро- уровни управления

Вопросы: Особенности организации отношений между агентами рынка, участниками публичной сферы и аудиторией. Микро- и макроуровень управления организацией. Поиск новых ниш и основы позиционирования продукта. Профессионалы и любители в битве за создаваемый контент: вызовы, возможности и ограничения, появившиеся с развитием цифровой культуры и социальных сетей

Семинар 2 Разработка показателей эффективности для проектов в области социокультурного проектирования

Вопросы: Что такое качественные и количественные показатели эффективности. Примеры KPI в сфере социокультурной деятельности - культура, просвещение, туризм.

Что такое SMART цели и как можно составить такого типа цели для реализации проекта в области культуры/просвещения

Семинар 3 Личность как субъект и проект: бизнес модели социальных медиа. Жанровое разнообразие современного блоггинга

Вопросы: Современный блоггинг как форма индивидуальных медиа. Публикационная политика, медиапланирование, жанровое разнообразие

Семинар 4 Культура цифровых селебрити и стратегии управления репутационным капиталом

Вопросы: Селебрити в цифровой культуре - в чем специфика создания образа публичной персоны, особенности управления коммуникацией с аудиторией.

Селебрити как компонент развития неприличных профессии стратегии развития бизнеса в сетевой реальности.

Семинар 5 «История успеха» как жанр бизнес-литературы

Вопросы: Выявить общие принципы организации нарратив о становлении бизнеса, жизненном пути, описания биографии.

Описывают ли авторы сложности, конфликты, проблемы в развитии бизнеса?

Какие инструменты можно взять из описанных историй успеха?

Литература: выбрать и ознакомиться с какой-либо работой по истории успеха компании и бизнесмена на выбор учащегося.

Выбрать и проанализировать интервью с бизнесменом на выбор учащегося (например, с видеоканала журнала «Forbes»)

Семинар 6 Принципы информационного управления и распределения коммуникативных потоков в современной цифровой среде.

Вопросы: какие каналы используют организации и предприниматели для рассказа о себе и своих проектах?

Выделите и проанализируйте специфику отдельных каналов и сетей. Какие технологические, стилистические, языковые, тематические особенности можно выделить в каждой сети? Как взаимодействуют различные каналы одного проекта между собой? Найдите примеры успешных и провальных, на ваш взгляд, опытов ведения социальных сетей, сайтов. Составьте картографию представленности учреждения культуры или просветительского проекта в сети. Дайте характеристику отдельным каналам.

Семинар 7 Арт-менеджмент и технологии управления ценностью

Вопросы: Опишите специфику профессиональной деятельности в области арт-менеджмента.

Роли куратора, медиатора, продюсера в системе формирования иерархий и зрительских предпочтений. Аукцион как форма презентационной и коммерческой деятельности.

Семинар 8 Продюсерская деятельность в музыкальной индустрии. Различные модели организации работы музыкального коллектива

Фигура музыкального продюсера в формировании и развитии музыкального проекта.

Проанализируйте российский музыкальный рынок на предмет крупных продюсерских компаний и проектов. Как развлекательные музыкальные телевизионные шоу способствуют развитию музыкальной индустрии.

Семинар 9 Траектории профессионального развития в социокультурной сфере. Профессии, компетенции, возможности

Вопрос: Проанализируйте рынок предложений вакансий в социокультурной сфере. Какие профессии и типы занятости востребованы в секторе креативных индустрий? Каков круг обязанностей, ожиданий от сотрудника, объем и специфика востребованных знаний, навыков, опыта.

## 9.2. Иные материалы

В ходе изучения дисциплины особое внимание следует уделить семинарским занятиям, как основной форме аудиторной работы и подготовке к ним. Система текущего контроля должна включать разные по форме и содержанию задания. Текущий контроль знаний и навыков магистрантов осуществляется на лекционных и семинарских занятиях. На семинарских занятиях магистранты должны продемонстрировать знание основных теоретических работ по медиакультуре и умение применять сформулированные в них положения при анализе конкретных текстов. Часть заданий предполагает индивидуальную или групповую работу по подбору источников, постановке проблемы, подбору литератур, анализу выбранного материала в связи с тематикой занятия, и представлению результатов в виде сообщения на семинаре.

Студенту, желающему углубить свои знания, предоставляется возможность расширить круг специализированного чтения за счет обращения к дополнительным источникам, указанным в программе курса. В процессе самоподготовки студенту следует: изучать и анализировать источники и научную литературу, рекомендованную преподавателем по программе курса;

пользоваться ресурсами Интернета для самостоятельного поиска научной информации по курсу; обращаться за разъяснениями к преподавателю по вопросам курса, которые вызывают затруднение.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Социокультурный менеджмент в цифровой среде» состоит в знакомстве слушателей с подходами, теориями и практиками менеджмента в социокультурной сфере. Общие принципы управления процессами изучаются в контексте специфики организаций и деятельности, связанных с созданием и трансляцией продуктов культурного, информационно, просветительского характера. Целью курса является ознакомление обучающихся с организацией бизнес-процессов и организационной культуры в современной России и знакомство с успешными зарубежными принципами и практиками для расширения инструментария и возможностей адаптации и применения в профессиональной практической деятельности.

Задачи дисциплины:

Изучить со студентами основные понятия, категории, направления в области менеджмента, организационной культуры, управления в социокультурной сфере.

Сформировать и повысить навыки и знания в профессиональной сфере, способствующие развитию как аналитических, так и практических возможностей в области создания и продвижения, управления продукцией в социокультурной сфере. Изучить особенности различных стратегий работы с информацией. Познакомиться с базовыми концепциями в области креативной экономики, культурных индустрий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- Определения и основные термины в области менеджмента
- Теории и подходы в области управления социокультурной деятельности
- Терминологическую базу, авторов, ключевые подходы и процедуры организации процессов и информации в социокультурной сфере

Уметь:

- Выявлять и систематизировать важную информацию о компании, рынке, структуре аудитории, возможностях медиапланирования.
- Ориентироваться в современном пространстве культурных цифровых практик.
- Интерпретировать и разбирать технологическую и логическую составляющую успешно работающих проектов в изучаемой сфере

Владеть:

- Ключевыми теориями и подходами в теории менеджмента организаций и проектов
- Навыками разработки и управления проектов в цифровой среде
- Навыками подготовки и представления анализируемого материала в наглядной форме презентации.