Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ахьямова Инна Анатольевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.07.2026 15:04:08
Уникальный программный ключ:
82a7403979511441bcf64f6cec44750ff3a6f374

Департамент культуры Администрации города Екатеринбурга

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Екатеринбургская академия современного искусства»
(институт)

Кафедра социокультурного развития территории

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Направление подготовки
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Направленность (профиль)
«Руководитель в сфере культуры: технологии управления»

Квалификация выпускника
Бакалавр

для обучающихся очной формы обучения

Екатеринбург
2024

Методические рекомендации составлены с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки бакалавров 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, утв. Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 532.

Разработчик (-и):

доктор культурологии, доцент, профессор кафедры социокультурного развития территории		М.А. Беляева
кандидат философских наук, доцент кафедры социокультурного развития территории	(подпись)	О.А. Блинова
	(подпись)	

Рекомендовано к изданию на заседании кафедры социокультурного развития территории
протокол от 12.02.2026 № 6
(дата)

Заведующий кафедры _____ С.В. Казакова
(подпись)

1. Общие положения

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО), разработанной в Екатеринбургской академии современного искусства.

1.1. Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки, профиль «Технологии управления в сфере культуры: руководство учреждением» включает защиту выпускной квалификационной работы.

1.2. Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им профессиональные задачи:

1.2.1. Виды профессиональной деятельности выпускников.

Основной образовательной программой предусматривается подготовка выпускников к следующему виду профессиональной деятельности: проектная.

1.2.2. Профессиональные задачи.

Выпускник должен быть готов решать следующие профессиональные **задачи**:

– планирование, организация и реализация проектов в сфере культуры, искусства и (или) участие в них;

– подготовка документации проектов в сфере культуры и искусства, определение функциональных обязанностей их участников, расчет необходимых для успешной реализации проекта ресурсов.

2. Примерная тематика выпускных квалификационных работ

Проектная деятельность в сфере культуры может быть направлена на решение различных актуальных проблем федерального, регионального и муниципального уровней. Ниже приведены примерные **темы ВКР:**

1. Формирование визуального стиля деятельности арт-менеджера как инструмента продвижения арт-проектов.
2. Создание комфортной образовательной среды для детей с ограниченными возможностями здоровья в детской школе искусств.
3. Организация международного фестиваля современного танца.
4. Продвижение музыкального проекта (на примере рок-оперы).
5. Создание центра художественных народных ремёсел на территории муниципалитета.
6. Продвижение проектов Муниципального объединения библиотек города Екатеринбурга в социальные сети.
7. Организация культурного события как средства продвижения учреждения культуры.
8. Организации конкурса профессионального мастерства арт-менеджеров на базе вуза.
9. Организация международного фестиваля хореографического искусства.
10. Продвижения открытого городского фестиваля авторской песни.
11. Реализация проекта по профессиональной ориентации учащихся детских художественных школ.
12. Организация спортивного фестиваля для молодежи на базе Дома детского творчества.
13. Организация детского фестиваля фантастики и фэнтези в городском парковом пространстве.
14. Продвижение имиджа вуза во время приемной кампании (на примере ЕАСИ).
15. Организация уличного фольклорного праздника в зимнее время года.

16. Создание самодеятельного театра в пенитенциарном учреждении.
17. Подготовка волонтерского сопровождения для спортивного мегасобытия на базе вуза.
18. Продвижение консалтинговых услуг галереи современного искусства.
19. Внедрение коворкинга в деятельность Дома культуры.
20. Брендинг малого уральского города (учреждения культуры).
21. Свадебный кейтеринг на открытом воздухе в пространстве литературного музея-усадьбы.
22. Гастрономический фестиваль: создание и продвижение на базе частного ресторанного предприятия.
23. Фермерская ярмарка: организация и проведение на площади торгово-развлекательного центра.
24. Создание и продвижение молодёжного киноклуба в историческом музее.
25. Организация благотворительного вечера на базе муниципального Дворца культуры.

Шаблон конструирования темы включает четыре базовых элемента:

1. Управленческий или маркетинговый процесс (примерные варианты: «организация», «создание», «подготовка», «разработка», «внедрение» «продвижение», «брендинг», «имиджмейкинг» и др.).
2. Итоговый продукт (тип мероприятия, услуги, план продвижения (коммуникации), рекламная кампания, организационная структура и т.д., см. выше).
3. Целевая группа, определяемая по демографическим, социальным, поведенческим, психологическим параметрам.
4. Условия реализации проекта, которые подразумевают характеристики времени и/или пространства – тип учреждения (дом/центр культуры, музей, галерея, театр, торгово-развлекательный центр, образовательные учреждения, иные частные и государственные предприятия и управляющие структуры), особенности социума (городская/сельская среда, например), времени года или иные характеристики временного этапа («… во время новогоднего марафона»; «…до/после завершения мегасобытия»; «…во время предвыборной кампании» и т.д.).

Например, тема *«Организация спортивного фестиваля для молодежи на базе Дома детского творчества»* содержит все указанные элементы в шаблонной последовательности.

Но тема может быть сформулирована в укороченном варианте:

– *«Создание самодеятельного театра в пенитенциарном учреждении»*, в данном случае, целевая группа не указана, но она подразумевается (лица, отбывающие наказание).

– *«Подготовка волонтерского сопровождения для спортивного мегасобытия на базе вуза»*, целевая группа отсутствует, но она тоже очевидна.

В темах *«Продвижение консалтинговых услуг галереи современного искусства»* и *«Внедрение коворкинга в деятельность Дома культуры»* отсутствует указание на целевые группы, т.к. в отличие от предыдущих примеров, в этих темах они потенциально широкие.

«Брендинг малого уральского города», в этой теме понятие «брендинг» одновременно обозначает и управленческий процесс, и его результат – «создание и продвижение бренда»; целевая группа не указана, потому что в данном случае – это сразу несколько целевых групп.

«Свадебный кейтеринг на открытом воздухе в пространстве литературного музея-усадьбы», в данном случае отсутствует констатация управленческого или маркетинг-процесса, но тема наглядно подразумевает внедрение и продвижение новой дополнительной услуги для учреждения музейной сферы.

Порядок элементов в теме может быть изменен:

– *«Гастрономический фестиваль: создание и продвижение на базе частного ресторанного предприятия».*

– *«Фермерская ярмарка: организация и проведение на площади торгово-развлекательного центра».*

Конкретные названия проектов и базовых учреждений не надо указывать в теме. Эта информация обозначается во введении и по тексту проекта.

В таблице 1 представлены примеры излишне конкретизированных тем и их корректировка. Но конкретизация такого рода уместна в названии статьи, которую выпускник делает по материалам своего проекта и представляет в пакете документов, сопровождающих выпускную квалификационную работу.

Таблица 1

Темы ВКР

Исходный вариант	Скорректированный вариант
«Создание и продвижение молодёжного киноклуба «Киноман» в Музее истории Екатеринбурга»	«Создание и продвижение молодёжного киноклуба в историческом музее»
«Разработка рекламной кампании в цифровом пространстве»	«Разработка рекламной кампании муниципального музея в цифровом пространстве»

3. Структура выпускной квалификационной работы

Согласно «Положению о выпускной квалификационной работе» объем текстовой части ВКР должен составлять **не менее 50 страниц** машинописного текста до списка использованных источников литературы (гарнитура Times New Roman, 14 кегль, полтора интервала). Наглядный материал, превышающий ¾ страницы (схемы, таблицы, анкеты, критерии оценивания, графики, опросники и т. д.), представляется в приложении и не входит в общий объем работы.

Процент авторского текста должен составлять не менее 70%.

Выпускная квалификационная работа оформляется в соответствии с ниже заданной структурой, «Положением о выпускной квалификационной работе», «Положением об оформлении всех видов учебных аттестационных работ».

Выпускная квалификационная работа профиля «Технологии управления в сфере культуры: руководство учреждением» имеет следующие разделы:

- введение;
- теоретическая часть (предпроектный поиск);
- практическая часть (проектное решение);
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Введение

Введение является обязательной частью ВКР. Согласно «Положению о выпускной квалификационной работе» оно должно раскрывать:

1. Актуальность темы.
2. Проблему(ы) исследования.
3. Объект, предмет дипломного исследования.
4. Цель и задачи.
5. Степень разработанности темы исследования (проекта).
6. Методы исследования (теоретические и эмпирические).

7. Информацию о базе исследования.
8. Практическую значимость работы.
9. Структуру работы.

Объем введения – 3-5 страниц.

Пример формулировок основных элементов введения представлен в приложении 1.

Глава 1. (теоретическая часть)

Глава должна состоять из 2-3 параграфов, полностью раскрывающих теоретическую часть проектной работы, которая включает предпроектный анализ,

Глава 1 представляет собой теоретико-аналитическое обоснование общих направлений развития проектной/маркетинговой деятельности организации, заявленной в качестве эмпирической базы исследования (предпроектный анализ), а также необходимость и возможность реализации предлагаемого проекта во второй главе (услуги, мероприятия, пакета рекомендаций).

Сбор данных основан на аналитическом обзоре литературных и иных источников, определении основных понятий, изучении существующих тенденций в выбранной области культуры, актуализирующих предлагаемые разработки, результатах исследований по состоянию маркетинговой деятельности и элементов комплекса маркетинга в выбранной эмпирической базе. Данный анализ кроме текстового описания, подкрепленного ссылками на источники, может содержать статистический материал по исследуемой проблеме, представленный в табличной форме, графиках, диаграммах, схемах.

Предпроектный анализ включает аналитический обзор литературных и иных источников, определения основных понятий, изучение существующих тенденций в выбранной области культуры и искусства, актуализацию предлагаемого проекта, установление результативности эмпирических исследований. Предпроектный анализ, кроме текстового описания, подкрепленного ссылками на источники, может содержать статистический материал по исследуемой проблеме, представленный в табличной форме, графиках, диаграммах, схемах. В предпроектном анализе должен присутствовать анализ аналогичных или подобных проектов (2-3 проекта), которые были реализованы на территории России и за ее пределами за последние 5 лет. Элементами исследования аналогичных проектов являются: цель и задачи проекта, целевая аудитория, способы продвижения проекта и полученные результаты. Выводом проведенного анализа должно стать выявление положительного и негативного опыта рассмотренных проектов. Общим итогом предпроектного анализа является обоснование актуальности и новизны предлагаемого проекта на уровне общества, конкретной территории, конкретного учреждения культуры, конкретной целевой группы потребителей или представителей профессиональных сообществ, связанных со сферой культуры и искусства.

Наиболее полно должно быть проанализировано существующее состояние изучаемого явления, имеющиеся возможности и недостатки, а также факторы, влияющие на его развитие.

Концепция проекта раскрывает стратегический замысел проекта и включает в себя:

- название проекта;
- цель и задачи (задачи определяют, зачем данный проект нужен обществу, территории, конкретному учреждению, определенным целевым группам – клиентским и профессиональным сообществам);
- целевые группы проекта;
- заказчик (если есть)/спонсоры (если есть)/основные партнеры проекта;
- место и сроки проведения проекта;
- вид проекта: коммерческий / некоммерческий;

– перечень мероприятий проекта и регламент их проведения (особенно при организации конкурсных и выставочных мероприятий: кто может участвовать в конкурсе (выставке), кто будет пригашен в члены жюри, формы заявки, условия платного/бесплатного участия и т.д.);
– основные задачи маркетинга проекта и инструменты их решения;
– ожидаемые результаты проекта (в соответствии с намеченными задачами);
– продукты проекта (товары, услуги, акции, события и др.);
– суммарный бюджет проекта;
– целевые показатели и критерии эффективности реализации проекта.

Концепцию проекта, кроме текстового изложения, в лаконичной форме и с некоторыми сокращениями необходимо представить в виде таблицы «Устав проекта»

Необходимо дополнить концепцию проекта результатами анализа нормативно-правового обеспечения проекта (федеральные, региональные, муниципальные нормативно-правовые акты, регулирующие планируемый проект, целевые программы по теме), а также локальных актов, принятых в эмпирической базе исследования, оценив их достаточность или необходимость дополнения новыми актами.

Анализ ресурсного обеспечения проекта включает выполнение следующих позиций:
– характеристика типов ресурсов;
– анализ имеющихся и потенциальных ресурсов для реализации проекта (с точки зрения их наличия и способов перевода потенциальных ресурсов в актуальные). К таким ресурсам относятся финансовые, материальные, интеллектуальные, человеческие, управленческие, маркетинговые, информационные;
– разработка внешних и внутренних коммуникационных структур проекта, системы продвижения проекта (офлайн и онлайн), выявление и привлечение стейкхолдеров и инфлюенсеров проекта;
– соотнесение ресурсов с основными субъектами-кооперантами (партнерами) проекта.

Анализ ресурсного обеспечения оформляется в табличной или графической форме с обязательными текстовыми комментариями.

Содержание каждого параграфа также должно соответствовать его названию и заканчиваться выводом.

Минимальный объем параграфа – 6 страниц.

Теоретическая глава предполагает наличие ссылок – не менее 2 на каждой странице. Оформление ссылок осуществляется в соответствии с «Положением об оформлении всех видов учебных аттестационных работ».

Глава 1 заканчивается выводами по главе (предпроектного анализа), в которых представлена полнота предпроектного исследования, проанализированы основные источники и эмпирический материал по теме исследования, поставлена проблема, показана степень разработанности проектного поля и темы ВКР (не более 1 страницы).

Глава 2. Практическая часть (проектное решение)

Вторая глава должна раскрывать и обосновывать реализацию проекта через описание порядка управления его подсистемами и сбора достоверной информации для принятия управленческого решения на основе мониторинговых исследований.

Глава 2 состоит из 2-3 параграфов, которые должны содержать: цель и задачи проекта, концептуальные основы проекта (в виде новых продуктов, мероприятий, рекомендаций), анализ нормативно-правового обеспечения проекта, маркетинговый план организации и продвижения создаваемого продукта, мониторинг разработанных рекомендаций проекта/услуги. Выводы по главе.

Цель проекта должна носить прикладной характер и быть связана с разработкой, обоснованием и реализацией проекта (самостоятельно или в составе команды учреждения культуры) маркетинговой направленности на основе проведенного предпроектного анализа в соответствии с выбранной темой и сформулированной проблемой.

Задачи проекта конкретизируют его цель и определяют экономическую и/или социальную значимость проекта

Управление подсистемами проекта создаваемого продукта, в котором необходимо отразить следующие моменты составляющие:

– *управление командой*: описание состава и занимаемой роли, необходимые компетенции, матрица ответственности, план управления персоналом (методы набора команды и критерии высвобождения человеческих ресурсов, расписание с набором рабочих заданий для каждого исполнителя, потребность в обучении и план повышения квалификации членов команды, система поощрения и мотивации, вопросы безопасности, контроль за деятельностью членов команды);

– *управление временем:* последовательность и продолжительность производимых действий, включает разработку расписания проекта и календарного плана мероприятий. Календарный план должен быть представлен в виде таблицы и помещен в приложение, если объем таблицы более 1 страницы: перечисление ответственных за отдельные мероприятия, сроки реализации с кратким описанием;

– *управление маркетингом:* определение основных задач маркетинга проекта и выбор актуальных инструментов для их решения, например, рекламные сообщения, посты, опросы, приглашения и пр. в социальных сетях, персональные рассылки, дни открытых дверей, лектории и пр. В соответствии с темой и задачами ВКР может быть представлен маркетинговый план, включающий в себя задачи, инструменты, финансовые и временные затраты на его реализацию;

– *управление стоимостью:* выбор метода стоимостной оценки ресурсов, проведение стоимостного анализа, разработку сметы и бюджета проекта, его обоснование. Разработка ценовой политики с учетом дискриминационных цен, элементов стимулирования сбыта в случае продажи билетов на мероприятие или услуги;

– *управление рисками:* идентификация рисков, идентификация и оценка видов ущерба, качественный анализ рисков, АВС-анализ, построение матрицы распределения рисков, количественный анализ рисков, выбор стратегии и методов реагирования на риски, их обоснование. Итоговый документ – план управления рисками.

Мониторинг разработанных рекомендаций проекта/услуги:

– насколько успешно и в каком объеме прошла реализация проекта и выполнены ли поставленные цель и задачи;

– какое количество потенциальных потребителей было охвачено рекламой и вовлечено в проект (посетили мероприятие, купили билеты, услуги);

– насколько совпала запланированная целевая аудитория с реальной;

– насколько повысился интерес к интернет-ресурсам организации культуры, увеличилось ли число подписчиков/посетителей;

– каково мнение экспертов/инфлюенсеров/партнеров, а также рядовых клиентов;

– насколько проведенное маркетинговое исследование подтвердило и обосновало верность сформулированных цели и задач проекта.

В ходе мониторинга анализируются просчеты и недостатки с объяснением причин и принятых мерах по уменьшению или ликвидации этих недостатков, описывается полученный экономический и социокультурный эффект, а также перспективы развития организации и жизненный цикл разработанного проекта/продукта.

Вся информация должна подтверждаться цифрами, статистическими данными, фактами, а также подкрепляться графическим или табличным выражением, а оценочные суждения и прочее – ссылками на достоверные источники. Для подтверждения выводов и результатов проектирования следует провести маркетинговое исследование (полевое и/или кабинетное), используя различные качественные и/или количественные методы исследования.

Таким образом, вторая глава должна отражать опыт реализации (или частичной апробации) проекта/услуги/рекомендаций и включать следующие основные положения:

– обозначение места и времени реализации проекта, его масштабы;

– характеристику процессов управления подсистемами проекта (команда, время, стоимость, риски);

– основные инструменты маркетинга, направленные на решение маркетинговых задач проекта;

– количественный и качественный анализ достигнутых результатов проекта с использованием комплекса эмпирических методов, позволяющих обосновать явные достижения и выявить потенциальные трудности в ходе реализации поставленных задач;.

Глава 2 заканчивается выводами по главе, в которых необходимо кратко описать полученный результат в соответствии с поставленной целью.

Минимальный объем параграфа – 6 страниц.

Заключение

В заключении выпускной квалификационной работы студент подводит основные итоги, связанные с достижением поставленных целей и задач, описывает возможные варианты развития проекта и необходимые для этого дополнительные исследования.

Объем заключения – 1-3 страницы.

Список использованных источников

Список должен содержать **не менее 45 источников**, оформленных в соответствии с требованиями Положения об оформлении всех аттестационных и учебных работ.

Приложения

В приложениях содержится весь объем графических материалов, использованных в процессе проектирования: фотографии, таблицы, графики и др.

4. Стиль изложения текста выпускной квалификационной работы

Стиль текста ВКР служит показателем общей и профессиональной культуры обучающегося.

Логичное изложение материала и грамотный научный язык являются важными достоинствами ВКР. Недопустима подмена научного стиля публицистическим или научно-популярным, тем более недопустим разговорный стиль.

Наиболее характерной особенностью языка письменной научной речи является формально-логическое изложение материала, то есть построение изложения в форме постановки вопросов и последующих рассуждений и доказательств. Это достигается с помощью специальных языковых средств выражения логических связей. Среди таких средств следует назвать *функциональные связки* (преимущественно вводные слова и обороты):

– последовательность развития мысли выражается словами «вначале», «прежде всего», «во-первых,», «значит», «итак» и др.;

– противоречивые отношения – словами «однако», «между тем», «в то время как» и др.;

– причинно-следственные отношения – словами «вследствие этого», «благодаря вышеуказанным обстоятельствам» и др.

Подобные слова-связки дополнительно несут функцию рубрикации текста, поскольку способствуют более глубокому логическому структурированию. Например, для обозначения выводов по всей работе целесообразно выбрать одно слово-связку («Итак, …» или «Вывод: …») или речевой оборот («Таким образом, …») и не использовать его в других ситуациях.

Научный текст отличает прагматическая направленность на конечный результат, поэтому словоупотребление должно быть максимально точным, лишенным специальных стилистических украшений. Научный текст, в том числе в обосновании управленческого проекта в сфере культуры, не требует художественности, эпитетов и метафор, эмоциональных средств выражения.

Принципиальную роль в научном тексте играют специальные термины, которые необходимо употреблять в их точном значении. Текст должен отвечать требованию терминологического единообразия. Следует избегать использования терминов-синонимов. Нельзя смешивать терминологию различных наук. Помимо единичных слов-терминов в научном тексте используются устойчивые фразеологические обороты, выступающие в роли терминов, например: «коммуникативная политика», «целевая аудитория», «рекламная акция» и др.

Стиль выпускной работы – это стиль безличного монолога, лишенного эмоциональной и субъективной окраски. Не принято использовать местоимение первого лица единственного числа «я», точку зрения автора обычно отражает местоимение «мы» («нами установлено», «мы можем утверждать», «мы пришли к выводу», «полагаем, что …» и т.д.). «Мы» – это сам автор и его руководитель.

Для того чтобы разнообразить текст, конструкции с местоимением «мы» могут заменяться неопределенно-личными предложениями («к проблеме формирования потребительских предпочтений подходят с различных точек зрения»). Возможно также изложение авторской позиции от третьего лица («автор полагает, что…») и страдательный залог («проанализированы потребности данного учреждения культуры»).

Помимо точности словоупотребления научный текст требует ясности изложения и краткости. Это не означает, что предложения в тексте должны быть односложными, но не следует использовать слова и выражения, которые не имеют смысловой нагрузки, а также повторы, слова-паразиты, слова, несущие излишнюю конкретизацию.

Научный текст должен быть обоснован, что достигается многочисленными внутритекстовыми ссылками на источники информации (в том числе электронные ресурсы). Отбор источников, представленных в списке литературы, прямо указывает на эрудированность и компетентность автора в рассматриваемой проблеме.

5. Защита выпускной квалификационной работы и критерии ее оценки

Защита ВКР носит публичный характер и является обязательным элементом процедуры аттестации выпускника. Процедура защиты предусматривает устный доклад и наличие презентационных материалов.

Защита включает в себя:

– доклад обучающегося (7-8 минут), отражающий актуальность, цель и задачи, степень изученности, содержание работы и полученные выводы;

– презентацию (10-15 слайдов);

– раздаточный материал для членов комиссии (если это необходимо).

По окончании выступления обучающийся должен ответить на вопросы членов комиссии.

Требования к докладу. Доклад должен отражать основное содержание работы. Отбор материала для доклада – право обучающегося, форма его творчества и результат согласования с научным руководителем. Но во избежание недопониманий следует принять во внимание рекомендуемую логику доклада:

- приветствие;
- формулировка темы и краткое обоснование ее актуальности (согласно введению);
- исследовательская проблема выпускной квалификационной работы и ее цель (согласно введению);
- задачи (согласно введению). Задачи можно продемонстрировать на слайде, а в докладе сделать акценты на выявленную проблему в исследовании, тенденции развития управленческой деятельности в выбранном направлении, аналоги представленного продукта исследования, его ценность и новизну, наличие ресурсов для реализации (финансовых, маркетинговых, интеллектуальных, человеческих, материальных и пр.), способах продвижения продукта, полученных результатах, эффектах и перспективах. В итоге у государственной аттестационной комиссии должно сложиться целостное и убедительное представление о результатах исследования, умении создавать и позиционировать продукт (услугу, проект) на базе конкретной организации культуры, об управленческих навыках и способности обосновать успешность продукта на основе результатов мониторинга;
- общие выводы, касающиеся практической значимости исследовательской и проектной деятельности и перспектив его применения в сфере культуры на муниципальном или региональном уровнях.

Доклад должен сопровождаться презентацией.

Требования к презентации. Презентация выполняется в программе «PowerPoint», входящей в пакет «Microsoft Office» (допускается использование иных программ подготовки презентации, в этом случае презентация должна быть представлена в формате «pdf»). В содержание презентации должно входить:

- слайд 1: тема выпускной работы, Ф.И.О. студента, Ф.И.О. руководителя;
- слайды 2-4: проблема, объект, предмет, цель работы, эмпирическая база исследования;
- слайды 5-9: задачи и выводы по каждой из них;
- фото, иллюстрирующие реализацию проекта (отдельными слайдами или в комбинации с текстом относительно задач ВКР);
- *возможно наличие графиков, таблиц, схем, отражающих результаты теоретических обобщений или эмпирических исследований, если они компактны по своим размерам.
- слайд 10: главные результаты проекта;
- слайд 11: «визитка» ВКР, на которой большая часть слайда должна быть заполнена визуальным материалом. Это может быть одно качественное интересное фото или коллаж (фото с места событий, афиша, фото материальных продуктов проекта и др.). Текст (не более ¼ слайда) должен включать главную информацию: название проекта, где и когда реализован, Фамилия И.О. автора, группа; Фамилия И.О. руководителя, должность;
- слайд 12: список основных источников (5-7).

(Нумерация слайдов примерная, возможны другие варианты).

При подготовке текста презентации необходимо учитывать, что информация слайда должна быть дополнением к докладу, а не его дословным дублированием; желательно соблюдение синхронности между текстом доклада и демонстрацией слайдов; в презентации не должно быть грамматических, орфографических и синтаксических ошибок.

Презентация входит в пакет документов ВКР и должна быть сохранена на флэш-карте вместе с другими документами.

Для успешного ответа на последующие (после доклада и презентации) вопросы обучающийся должен:

– свободно владеть ключевыми понятиями (знать их определение);

– знать содержание теоретических и эмпирических методов, которые использовались в ходе разработки;

– обоснование реализации проекта, а также подготовки текста ВКР;

– знать имена известных исследователей в изучаемой области, приводить примеры передового отечественного (в том числе связанного с Екатеринбургом) и зарубежного опыта управления в сфере культуры;

– свободно ориентироваться в тексте собственной выпускной квалификационной работы.

Подробное описание процедуры защиты выпускной квалификационной работы и бланки документов можно найти в Положении «О выпускной квалификационной работе…», правила оформления ВКР и презентации находятся в Положении «Об оформлении всех видов учебных и аттестационных работ» (см.: список рекомендуемых источников).

6. Список рекомендуемых источников литературы

а) основная литература

1. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. – М. : Издательство «Юрайт», 2021. – 422 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00725-1 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/469084.

2. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности : учебник для вузов / А. В. Каменец, И. А. Урмина, Г. В. Заярская ; под научной редакцией А. В. Каменца. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2021. – 185 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06403-2 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/471628.

3. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. – М. : Издательство «Юрайт», 2021. – 370 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-01521-8 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/469319.

б) дополнительная литература

1. Агратина, Е. Е. Искусство XX века : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Агратина. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 317 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04737-0 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/453385.

2. Барабашев, А. Г. Государственное и муниципальное управление. Технологии научно-исследовательской работы : учебник для вузов / А. Г. Барабашев, А. В. Климова. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 194 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07237-2 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/455575.

3. Беляева, М. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова. – М., Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. – 228 с.

4. Боронина, Л. Н. Конспект учебного курса по управлению проектами : учебное пособие / Л.Н. Боронина, З. В. Сенук. – Екатеринбург : Издательство УрФУ, 2015. – 112 с.

5. Вёльфлин, Г. Основные понятия истории искусств / Г. Вёльфлин ; переводчик А. А. Франковский. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 296 с. – (Антология мысли). – ISBN 978-5-534-05288-6 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/454508.

6. Каган, М. С. Морфология искусств : учебное пособие для вузов / М. С. Каган. – М. : Издательство «Юрайт», 2022. – 388 с. – (Антология мысли). – ISBN 978-5-534-06170-3 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/473691.

7. Каменец, А. В. Основы культурной политики : учебное пособие для вузов / А. В. Каменец. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 180 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04936-7 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/452117.

8. Коноплева, Н. А. Организация социокультурных проектов для детей и молодежи : учебное пособие для вузов / Н. А. Коноплева. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 254 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07050-7 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/455483.

9. Культурология : учебное пособие для вузов / И. Ф. Кефели [и др.] ; под редакцией И. Ф. Кефели. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 165 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06542-8 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/451670.

10. Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент : учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. – М. : Издательство «Юрайт», 2019. – 507 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-2929-4 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/425854.

11. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 277 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-03466-0 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/450528.

12. Селезнева, Е. В. Психология управления : учебник и практикум для вузов / Е. В. Селезнева. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 373 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-8378-4 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/450391.

13. Тульчинский, Г. Л. Маркетинг в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – 4-е изд., стер. – СПб. : Планета музыки, 2019. – 496 с.

14. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / А. А. Литвинюк [и др.] ; под редакцией А. А. Литвинюка. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 498 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-5550-7 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/449924.

15. Шкурко, В. Е. Управление рисками проекта : учебное пособие для вузов / В. Е. Шкурко ; под научной редакцией А. В. Гребенкина. – 2-е изд. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 182 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-05843-7 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/454911.

в) интернет-ресурсы

1. Архивы профильных журналов («Арт-менеджер», «Дом культуры», «Менеджмент в России и за рубежом», «Менеджмент и бизнес-администрирование» и др.).

2. Базы данных ИНИОН РАН. Режим доступа: http://www.inion.ru/index6.php.

3. Интернет-портал Правительства Российской Федерации. Режим доступа: www.government.ru.

4. Информационно-правовой портал «Гарант» (справочная правовая система). Режим доступа: http://www.garant.ru/.

5. Культура и бренды. Режим доступа: https://cultural---brands.com/.
6. Маркетинг культуры. Режим доступа: https://telegram.me/marke.ngofculture.
7. НИЦ Информкультура (Научно-информационный центр по культуре и искусству) http://infoculture.rsl.ru/.
8. Официальные сетевые ресурсы Президента России. Режим доступа: http://www.kremlin.ru/.
9. Официальный Интернет-портал правовой информации (государственная система правовой информации). Режим доступа: http://pravo.gov.ru/.
10. Официальный сайт компании «Консультант Плюс» (справочная правовая система). Режим доступа: http://www.consultant.ru/.
11. ЭБС Издательства «Лань». Режим доступа: http://e.lanbook.com/.
12. ЭБС Издательства «Юрайт». Режим доступа: http://www.biblio-online.ru/.

г) нормативные федеральные и региональные документы

1. Всеобщая декларация прав человека : [принята Ген. Ассамблеей ООН 10.12.1948] // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120805/.
2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы : [утв. постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 № 317] // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140136/8192a9a46118aa9dafe05450a309a18d66ab82fe/.
3. Государственная программа Свердловской области «Развитие культуры в Свердловской области до 2020 года» : [утв. постановлением Правительства Свердловской области от 21.10.2013 № 1268-ПП] // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/429094064.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18.12.2006 № 230-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/.
5. Закон РСФСР от 15.12.1978 (ред. от 25.06.2002) «Об охране и использовании памятников истории и культуры» // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_4663/.
6. Закон РФ «О вывозе и ввозе культурных ценностей» от 15.04.1993 N 4804-1 // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1905/.
7. Конституция Российской Федерации : [принята на всенар. референдуме 12.12.1993] // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/.
8. Культура России (2013-2020 годы) : Федеральная целевая программа // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140136/8192a9a46118aa9dafe05450a309a18d66ab82fe/.
9. Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах : [принят 16.12.1966 резолюцией 2200 (XXI) на 1496-м пленарном заседании Ген. Ассамблеи ООН] // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5429/.
10. О библиотеках и библиотечных фондах в Свердловской области : Обл. закон от 21.04.1997 № 25-ОЗ // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/801107417.

11. О государственной охране объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) в Свердловской области : Закон Свердловской области от 21.06.2004 № 12-ОЗ // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/802011346.

12. О Концепции развития культуры в Свердловской области на период до 2020 г. : постановление Правительства Свердловской области от 06.11.2012 № 1238-ПП // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/412301301.

13. О культурной деятельности на территории Свердловской области : Обл. закон от 22.07.1997 № 43-ОЗ // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/801100883.

14. О музейном деле в Свердловской области : Закон Свердловской области от 27.12.2004 № 232-ОЗ // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/802022154.

15. Об утверждении Перечня услуг, которые являются необходимыми и обязательными для предоставления Администрацией города Екатеринбурга муниципальных услуг: решение Екатеринбургской городской Думы от 24.01.2012 № 1/52 // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/453114336.

16. Основы законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870/.

17. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/.

18. Указ Президента РФ от 24.12.2014 N 808 (ред. от 25.01.2023) «Об утверждении Основ государственной культурной политики» // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172706/794f61e017718ffdc01e7af2e023edc189680f5f/.

19. Устав муниципального образования «город Екатеринбург» : [утв. решением Екатеринбургской городской Думы от 30.06.2005 № 8/1] // Консорциум Кодекс : электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/802035533.

20. Федеральный закон «О библиотечном деле» от 29.12.1994 N 78-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5434/.

21. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» от 11.08.1995 N 135-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495/.

22. Федеральный закон «О меценатской деятельности» от 04.11.2014 N 327-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_170477/.

23. Федеральный закон «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» от 26.05.1996 N 54-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10496/.

24. Федеральный закон «О центрах исторического наследия президентов Российской Федерации, прекративших исполнение своих полномочий» от 13.05.2008 N 68-ФЗ //

КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_76902/.

25. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/.

26. Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» от 25.06.2002 N 73-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/.

27. Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 N 210-ФЗ // КонсультантПлюс : информационная система. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/.

д) положения и методические рекомендации ЕАСИ

1. Положение о выпускной квалификационной работе ЕАСИ (в текущей редакции).
2. Положение об оформлении всех видов учебных и аттестационных работ ЕАСИ (в текущей редакции).
3. Программа государственной итоговой аттестации выпускников по направлению: 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, направленность (профиль) подготовки «Технологии управления в сфере культуры: руководство учреждением», квалификация бакалавр (в текущей редакции).

Приложение 1

Пример написания введения ВКР

Актуальность работы. …доказать актуальность…

Степень изученности темы. Такой-то аспект данной темы исследуют в своих работах … *Ф.И.О. авторов в алфавитном порядке…*Такой-то аспект отражен в исследованиях …*Ф.И.О. авторов в алфавитном порядке…*и профильных сетевых ресурсах *…названия …* Но, в целом, организация *…такого рода проектов в …таких-то условиях …* еще недостаточно изучена.

Проблема: как …*далее тема ВКР … (управленческая/маркетинговая проблема формулируется в виде вопроса, на который и должен дать ответ предлагаемый проект/разработанная услуга).*

Объект исследования: ... в качестве объекта должна быть указана маркетинговая деятельность организации в целом или отдельные элементы комплекса маркетинга (например, продвижение организации или проекта) ….

Предмет исследования: *указывается один из возможных аспектов рассмотрения объекта исследования.*

Цель: разработка, обоснование и реализация *…далее тема ВКР…* на *базе муниципального учреждения культуры / или другого типа учреждения.*

Задачи:

1. Осуществить предпроектный анализ.
2. Проанализировать нормативно-правовую базу проекта «Название проекта».
3. Разработать концепцию проекта «Название проекта».
4. Осуществить мобилизацию ресурсов (проанализировать обеспеченность ресурсами), необходимых для реализации проекта «Название проекта».
5. Обосновать управление подсистемами проекта, реализуемого на базе … название учреждения …(город такой-то…).
6. Осуществить описание проекта и провести мониторинг его эффективности.

В ходе разработки проекта были использованы следующие **методы:** теоретические – анализ, синтез, формализация, классификация, моделирование, проектирование; эмпирические – наблюдение, анализ документов, экспертный опрос, анкетирование, математическая и графическая обработка результатов *(выбрать подходящее методы, дополнить по мере необходимости).*

Эмпирическая база: полное официальное название организации (сокращенное название в виде аббревиатуры), адрес.

Практическая значимость проекта заключается …, что вносит свой вклад в …; разработанная услуга может быть полезна другим учреждениям культуры для …

Структура выпускной квалификационной работы включает: введение, две главы, заключение, список использованных источников (*указать сколько, но не менее 45 источников*) и приложения (*указать сколько*).

Приложение 2

Пример написания Устава проекта

Концептуальные параметры проекта	**Характеристика проекта**
Название проекта	
Сокращенное название проекта	
Актуальность проекта	
Общая характеристика	
Инициаторы / заказчики проекта	
Разработчик проекта	
Руководитель проекта	
Дата утверждения	
Цель проекта	
Задачи проекта	
Целевые группы проекта	
Результаты проекта	
Продукты проекта	
Каналы продвижения	
Окружение проекта	
Ограничения проекта	
Временные рамки	
Критерии и показатели мониторинга проекта	
Суммарный бюджет	