

**Задания для студентов
4 курса
с 24 января по 29 января 2022 года**

Оглавление

Даниленко С.Г. Дисциплина: «Русский язык и культура речи».....	2
Михалёва И.Г. Дисциплина: «Иностранный язык»	2
Шайхет Е.В. Дисциплина: «История религий».....	2
Шайхет Е.В. Дисциплина: «Основы менеджмента в сфере культуры».....	4

Даниленко С.Г. Дисциплина: «Русский язык и культура речи»

Общая тема: «Язык и речь».

Домашнее задание.

Подготовьте сообщение по плану:

1. Структурные и коммуникативные средства языка.
2. Язык как знаковая система.
3. Единицы языка. Уровни языка.
4. Формы существования языка.
5. Аспекты культуры речи. Уровни культуры речи.

Михалёва И.Г. Дисциплина: «Иностранный язык»

1. Учебник Николайко, урок 11 – диалог читать, переводить.
2. Учебник Streamline English Connections (в читальном зале), урок 21 - читать переводить. Придаточные времени - правила употребления.

Шайхет Е.В. Дисциплина: «История религий»

Изучить предложенную тему.

Введение.

Главной целью религиоведения как науки

является раскрытие сущности религии, достигаемое благодаря объективности, беспристрастности и систематичности научного исследования всех её сторон, связей и отношений, глубины силы влияния религии на все сферы жизни человечества. Вместе с тем религиоведение не только наука, но и учебная дисциплина, **главная цель** которой - дать ту сумму и глубину знаний о религии в той форме и объеме, которые позволили бы сформировать у студентов адекватный образ религии и объективное отношение к ней. В процессе реализации данной цели решаются **учебно-воспитательные задачи**, имеющие важное значение для формирования мировоззрения молодежи, её гражданской позиции. А именно:

Во-первых, религиоведческий курс закладывает теоретическую и практическую основу для разумной, взвешенной, осмысленной реализации конституционного права личности на свободу совести и вероисповедания, на свободу исповедовать ту религию, которую она со знанием дела выбрала, или не исповедовать никакой. На базе знания о религии человек делает осмысленный выбор.

Во-вторых, изучение религиоведения обеспечивает полнокровность гуманитарного образования, поскольку исключение знаний о религии из круга гуманитарного знания делает его урезанным, извращает понятие духовности, в значительной мере обесценивает историческое и социальное значение, а равно и знание политическое, эстетическое, этическое и философское.

В-третьих, религиоведение решает задачу гармонизации гуманитарного знания и формирования личности. Если богословие и атеизм как 2 крайности в исследовании религии страдают односторонностью в оценке ее содержания и

сущности, места и роли в жизни человечества, создавая, таким образом, дисгармонию в знаниях, то религиоведение с его нейтральностью и беспристрастностью способствует гармонизации этих знаний в контексте культуры.

В-четвертых, важной задачей религиоведения является активное влияние на формирование духовной нравственности личности.

Принципы религиоведения и методы познания.

Принципы религиоведения - это основополагающие начала, исходные положения, имеющие наиболее общий характер, которыми религиоведение руководствуется при исследовании религии. К ним относятся, прежде всего: **принцип объективности, принцип научности, принцип историзма, принцип системности.** Первый предполагает исключение субъективизма в оценках; их реальность и нейтралитет. Второй требует строго руководствоваться в оценках религиозных явлений требованиями ми научного знания. Третий обязывает подходить к явлениям религии исторически, т. е. с учетом конкретных исторических условий возникновения, функционирования и развития религии. Четвертый обязывает рассматривать религию системно, во всем многообразии её проявлений и то же время в тесном взаимодействии и обусловленности всех элементов её структуры.

Методы познания религиоведения. В познании религии существует несколько общих методов: религиозный (богословский), антирелигиозный (атеистический), философский и научный. Каждый имеет свою специфику, решает свои задачи и отличается от других.

Религиозный метод - это позитивное, по преимуществу не критическое исследование религии. Он исходит из признания Высшего начала всего сущего, непосредственного влияния этого Начала на происходящие мировые процессы и жизнь человечества, а также веры в Его возможность встречи с Ним и спасение в вечной жизни.

Атеистический метод - это метод по преимуществу критическое исследование религии, отрицание акта творения мира и наличие Творца, противопоставление вере, неприятие идеи бессмертия, небесного рая и ада.

Философский метод познания религии наиболее близок к научному. Он не занимает позицию игнорирования или же однозначного принятия между религиозным и атеистическим методами. В то же время философии не удается занять объективную нейтральную позицию в отношении религии, она не может избежать крайностей. Она то утверждает полное слияние с религией (философия и есть истинная теология, по Гегелю), то отрицает её как извращенное знание (материалистическая философия). Поэтому с помощью философского метода исследования религии не удастся достичь необходимой объективности знаний о ней.

Научный метод максимально приближен к реализации принципа объективности в исследовании религии. Наука обречена на объективность, т. к. главной задачей является выработка и теоретическая схематизация именно объективных знаний об окружающем нас мире и человеке.

Задание **письменно:**

Религия - наука

Религия - философия

Религия - искусство

Религия - этика

Сформулировать общее и специфическое в каждой паре предложенных понятий (что объединяет и в чем разница).

Шайхет Е.В. Дисциплина: «Основы менеджмента в сфере культуры»

(для специальностей «Сольное хоровое и народное пение» и «Теория музыки»)

Изучить предложенную тему: «Особенности менеджмента в сфере культуры»

Сфера культуры - сфера преимущественно некоммерческой деятельности. Главная особенность менеджмента в сфере культуры заключается в том, что деньги в этой сфере появляются преимущественно не на основе коммерции, а на основе привлечения средств, вовлечения интересов самых различных сил и инстанций: органов власти, ведающих бюджетными средствами, спонсоров, благотворительных организаций и прочих доноров. Даже в шоу-бизнесе, на первый взгляд предельно коммерциализированном секторе сферы культуры, доходы от продажи билетов составляют обычно около 15% бюджета гастрольи. Остальное - средства спонсоров. Да и сама гастроль чаще всего является лишь частью рекламной кампании нового диска или альбома.

Некоммерческая деятельность не означает «непривлекательная» для бизнеса. Во всем мире некоммерческий (нонпрофитный) сектор - один из наиболее интенсивно развивающихся секторов экономики. Действительно, что может быть привлекательней деятельности, когда все ваши доходы идут на покрытие ваших расходов и прибыль не образуется в принципе! Некоммерческая сфера обладает рядом законодательно закрепленных льгот и гарантий, привлекающих туда капитал. В силу своей публичности, социальной значимости она обладает явно выраженным рекламным потенциалом, возможностями формирования и продвижения привлекательного имиджа, репутации, социального статуса и т. д.

Менеджмент в сфере культуры может заключаться преимущественно в создании организационных и экономических условий саморазвития культурной жизни.

Благоприятными условиями для организации менеджмента в социально-культурной сфере являются:

- реалистическая оценка социально-культурной ситуации, сложившейся в данном регионе;
- диалог с отдельными гражданами, их общественными представителями и другими членами экосоцио-системы вместо авторитарного «давления» на социокультурную среду;
- решение досуговых и проблем методом проб и ошибок, но не через разрушение и переделку сложившегося культурного окружения.

Фандрайзинг (фэндрайзинг, фандрэйзинг, fundraising) — процесс привлечения внешних, сторонних для компании ресурсов, необходимых для реализации какой-либо задачи, выполнения проекта или с целью деятельности в целом. Понятие фандрайзинга происходит из США, где он употребляется в секторе негосударственных некоммерческих организаций. Термин фандрайзинг происходит от английских слов (fund - средства, финансирование, raise - нахождение, сбор).

Фандрайзинг, в широком смысле, представляет собой методику поиска источников финансирования и ресурсов для обеспечения деятельности. Различают **проектный и оперативный фандрайзинг**. В первом случае собираемые средства идут на осуществление конкретного проекта, во втором - средства идут для осуществления текущей деятельности организации.

Фандрайзинг может быть внутренним и внешним. В первом случае речь идет о разработке и реализации стратегии поиска источников обеспечения деятельности силами менеджмента самой организации. Во втором случае, фандрайзинг - это предмет консалтинговой деятельности, когда поиск финансирования осуществляется посредством привлечения профессиональных консультантов по фандрайзингу. Существуют термины: «**профессиональный фандрайзер**» («**professional fundraiser**») - тот, кто предоставляет услуги по привлечению ресурсов самостоятельно или по контракту; «фандрайзер» («fundraising») - сотрудник организации, которая ищет пути привлечения ресурсов. Для привлечения ресурсов в фандрайзинге могут привлекаться волонтеры - группы населения, которые готовы пожертвовать своим свободным временем и (или) денежными средствами для поиска требуемых ресурсов.

Под ресурсами в **фандрайзинге** понимаются материальные или не материальные ресурсы, такие, например, как человеческие, информационные, финансовые, юридические, маркетинговые и т. п. Методы привлечения ресурсов в фандрайзинге: обращение с просьбой (личное и персональное); массовые акции по привлечению средств, с применением агитации; грантовые конкурсы; волонтерство; взаимовыгодное партнерство; субсидирование; оказание возмездных услуг; членские взносы организаций; сбор частных пожертвований; кредитование.

Привлекаемые ресурсы, в зависимости от целей источника привлечения, принято подразделять на коммерческие и благотворительные. Благотворительные (ресурсы, организации предоставляющие ресурсы) - добровольное и бескорыстное вспомоществования, пожертвования юридических лиц и частных лиц в форме предоставления получателям, организационной, финансовой и иной помощи. Формы благотворительности - меценатство и спонсорство.

Источник привлекаемых ресурсов может выступать в качестве: спонсора, инвестора, грантодающей организации, мецената или донора.

Меценат - физическое лицо, оказывающее материальную, финансовую, организационную и иную благотворительную помощь на бескорыстной добровольной основе.

Спонсор - юридическое или физическое лицо, оказывающее на добровольной и бесприбыльной основе материальную поддержку благотворительной деятельности в целях популяризации исключительно своего имени (названия), торговой марки и т.д. **Донор** - юридическое или физическое лицо, оказывающее материальную, финансовую, организационную и иную благотворительную помощь неприбыльным организациям на добровольной бескорыстной основе.

Грант - благотворительный взнос или пожертвование, имеющее целевой характер, предоставленное физическими и юридическими лицами в денежной и натуральной формах.

Зачастую привлекаемыми ресурсами компания не обладает в силу специфики самого ресурса, малого срока, в течение которого данный ресурс будет востребован, наличие, развитость ресурса у других и выгодность привлечения стороннего ресурса, по сравнению с покупкой этого ресурса самой компанией.

Научный фандрайзинг - научное проектирование, искусство подготовки, написания и сопровождения заявок на конкурсы, организованные научными фондами и иными благотворительными учреждениями, с целью привлечения денежных средств для реализации проектов по проведению научных исследований и научно-организационных мероприятий.

Финансовый фандрайзинг - это процесс поиска и сбора финансов (возмездных или безвозмездных) для обеспечения деятельности компании.

Маркетинговый фандрайзинг - это процесс сбора и анализа мнений маркетинговых специалистов о методах и способах ведения маркетинговой деятельности, маркетинговое консультирование.

Фандрайзинг в культуре направлен на поддержку в области изобразительного искусства, литературы, театров, кино, музеев и библиотек. Бизнесменов привлекают в этой сфере не только возможности для рекламы, но и формирование репутации фирмы в культурной среде, которая дает максимальный выход на общество. Для зарубежных спонсоров - это отличный способ прорваться на международный рынок, показав, тем самым, свой интерес к культуре данной страны. Таким образом поддерживаются человеческие ценности и творчество.

В последнее время для проведения фандрайзинговой кампании привлекаются специально обученные люди, менеджеры по фандрайзингу, или даже целые фандрайзинговые агентства на договорной основе. Чтобы привлечь достаточное для решения поставленных задач средства, специалисты по фандрайзингу - фандрайзеры - устанавливают множество контактов, проводят многочисленные беседы.

Технология фандрайзинга должна опираться на общую стратегию конкретной фирмы, к которой обращается фандрайзер.

Этапы фандрайзинга примерно следующие:

1. Планирование - разработка содержательной программы, определение расходов, выбор видов фандрайзинга;
2. Реализация - выбор методов проведения, установление ответственности за проведение, выделение средств;
3. Контроль за ходом фандрайзинга, корректировка планов с учетом произошедших изменений;
4. Анализ - оценка результатов, определение эффективности.

Задание **письменно** (пока не сдавать):

Привести конкретные примеры (история и настоящее время) инвестора, спонсорства, получения грантов, меценатства и донорства.