

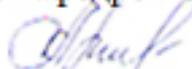
Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

Протокол № 1 от «26» августа 2016 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.16. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Направление подготовки 50.03.01 – Искусства и гуманитарные науки

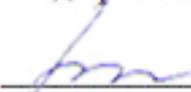
Профиль подготовки – Экономика

Квалификация выпускника – академический бакалавр

Форма обучения – очная

Составитель:

канд. филос. наук, доцент

 Кочубей Е.И.

**Краснодар
2016**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля) «Ценообразование в сфере культуры» является изучение методологии и методики современного рыночного ценообразования в сфере культуры.

Задачи:

- ознакомление студентов с теоретическими основами ценообразования и ценовой политики на современном этапе;
- раскрытие методологических основ и подходов в формировании цен на различные виды продукции, инфляции и индексации цен, взаимодействия финансово-кредитной и налоговой политики государства;
- привитие им практических навыков в проведении расчетов по обоснованию уровня цены на выпускаемую продукцию, выбору наиболее эффективных методов ценообразования; в разработке ценовой политики предприятия и выбору альтернативных стратегий ценообразования, в применении форм и методов государственного регулирования цен.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Ценообразование в сфере культуры» входит в вариативную часть профессионального цикла дисциплин по подготовке бакалавров по направлению Искусства и гуманитарные науки, профиль Технологии управления в сфере культуры. Основой для изучения дисциплины «Ценообразование в сфере культуры» являются знания и умения, приобретенные студентами при изучении таких дисциплин как «Основы маркетинга», «Экономика и управление в сфере культуры», «Бюджетирование в сфере культуры». В свою очередь, знания, полученные студентами при изучении данной дисциплины, являются основой для изучения дисциплин «Проектный менеджмент в сфере культуры», «Фандрейзинг», «Бизнес-планирование культурных проектов», «Арт-менеджмент» и написания выпускной квалификационной работы, а так же в практической деятельности бакалавра искусства и гуманитарных наук.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности):

А) Общекультурные

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

Б)Общепрофессиональные

- способностью использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

В) Профессиональные

- способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8);

- владением навыками участия в разработке и реализации различного типа проектов в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- сущность и взаимодействие категорий «стоимость» и «цена» в затратных, ценностных, синтетических теориях стоимости как методологическую основу ценообразования;

- теорию издержек как методологическую основу анализа цены предложения;

- теорию эластичности как методологическую основу анализа цены спроса;

- модели ценообразования на различных типах рынков;

- функции цены в современной экономике, подходы к дифференциации и виды цен;

- состав и структуру цены;

- основы ценовой стратегии организации;

- методы ценообразования;

- основы государственного регулирования цен.

Уметь:

- планировать операционную (производственную) деятельность организаций;

- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;

- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели.

Владеть:

- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной деятельностью организаций;

- способностью оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат;

- навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции и способностью принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы 144 часов в 4-5 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 4 семестре и экзамен в 5 семестре.