Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 17.06.2021 11:54:14
Уникальный программный ключ:
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

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

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой арт-бизнеса, туризма и рекламы
_____А.В. Кудинова
Протокол № 1 от «27» августа 2018 г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.15. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В АРТ-БИЗНЕСЕ И РЕКЛАМЕ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес и реклама

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:
доктор философских наук, профессор
кафедры арт-бизнеса, туризма и рекламы КГИК
_____ С.А.Морозов

Краснодар
2018

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: формирование у обучающихся теоретических и прикладных знаний в области менеджмента и маркетинга; обучение способам и подходам практического применения инструментов менеджмента и маркетинга в сфере арт-бизнеса и рекламы на основе эффективного использования их потенциала с ориентацией на потребителя.

Задачи:

- формирование у обучающихся целостного представления о теоретических основах менеджмента;
- формирование у обучающихся целостного представления о теоретических основах маркетинга;
- ознакомление обучающихся с прикладными технологиями менеджмента;
- ознакомление обучающихся с прикладными маркетинговыми технологиями;
- формирование у обучающихся навыков понимания проблем и особенностей организации и планирования управленческой и маркетинговой деятельности в сфере профиля подготовки;
- формирование у обучающихся знаний в области технологий управления в сфере профиля профессиональной подготовки;
- формирование у обучающихся знаний в области реализации товарной, ценовой и коммуникационной политики в сфере профиля профессиональной подготовки;
- формирование способностей оценки конкурентоспособности товара и услуг компании;
- формирование у обучающихся навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе» относится к обязательным дисциплинам вариативной части цикла. Для ее изучения требуются знания в объеме ФГОС общего среднего образования.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

а) общекультурных компетенций (ОК): способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

б) профессиональных компетенций (ПК): способность организовывать творческую и (или) исследовательскую деятельность в организациях, осуществляющих образовательную деятельность (ПК-2);способность работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных

видах профессиональной деятельности (ПК-8); способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- основные концепции менеджмента и маркетинга
- содержание основных принципов организации систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки;
- содержание основных принципов организации маркетинговой деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки;;
- основные технологии менеджмента в сфере профиля профессиональной подготовки;
- основные технологии маркетинга в сфере профиля профессиональной подготовки;

Уметь:

- анализировать во взаимосвязи явления и процессы управления на микро- и макроуровне;
- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;
- выявлять и анализировать проблемы организации и эффективности систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки;
- выявлять проблемы маркетингового характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения;
- анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследований;
- планировать и проводить коммуникационные кампании по продвижению товаров и услуг на рынок.

Владеть:

- основами методологии и основными методами анализа систем управления и систем маркетинговой деятельности;
- принципами и методами создания и развития систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки;
- методами разработки маркетинговых программ и маркетинговой политики;
- методикой сегментации целевых рынков и выработки коммуникационной политики в отношении целевых аудиторий;
- методикой оценки маркетинговой деятельности предприятия /организации.

Приобрести опыт деятельности: применения методологии и методики анализа и повышения эффективности систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки; разработки маркетинговой политики и организации маркетинговой деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки.