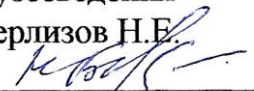


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет дизайна, изобразительных искусств и гуманитарного образования

Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой истории,
культурологии и
музееведения
Берлизов Н.Е.

26.08. 2016 г.

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

Б1.В.ОД.12 МАРКЕТИНГ МУЗЕЙНЫХ УСЛУГ

Направление подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов
культурного и природного наследия

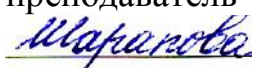
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

Канд.ист.наук,

преподаватель

 Шарапова М.В.

**Краснодар
2016**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Маркетинг музейных услуг» являются теоретическая и практическая подготовка музеологов к хозяйственной и коммерческой деятельности, изучение менеджмента социально-культурной сферы и получение практических навыков коммерческой деятельности, организации рекламных компаний, работы со СМИ, и другими средствами массовой агитации, ведения бизнес-документов, проведения маркетинговых исследований, умения рассчитывать бизнес-планы, затраты, налоги, прибыль; подготовка специалистов к практической деятельности в современных экономических условиях, формирование навыков административной работы.

Задачи:

- знакомство с терминологическим аппаратом, необходимым в ходе атрибуции предметов материальной культуры;
- изучение базовых основ менеджмента и маркетинга в музее;
- определение места и роли менеджмента и маркетинга в современном мире;
- рассмотрение взаимоотношений «паблик рилейшенз», маркетинга, рекламы и promotion в информационно-коммуникационном процессе;
- формирование представлений об информационных основах связей с общественностью;
- анализ известных применений PR в общественной и культурной практике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов природного и культурного наследия, курс «Маркетинг музейных услуг» входит в состав обязательных дисциплин вариативной части.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Философия
История
Иностранный язык
Русский язык и культура речи
Безопасность жизнедеятельности
Психология
Предпринимательство и проектная деятельность
Педагогика
Основы государственной культурной политики Российской Федерации
Основы права
Основы научно-исследовательской работы
История культуры
История искусств
История музейного дела в России
Формирование и работа с музейным фондом
Просветительская работа и культурные акции музея
Физическая культура и спорт
Археология
История материальной культуры и быта народов Кубани
Основы музеологии (методы, язык, концепции)
Музеи мира
Информационные технологии в сфере культуры
Организация и проведение экскурсий

Организация полевой экспедиции
Краеведение
Латинский язык
Формирование музейной экспозиции
Виртуальные музеи
История Кубани
Этнология Кубани
Культура народов Северного Кавказа
История народов Северного Кавказа

В начале освоения курса «Маркетинг музейных услуг» студент должен:

Знать:

- теорию и историю музейного дела;
- особенности музейной деятельности в современных условиях;
- общие вопросы правового регулирования в сфере музейной деятельности

Уметь:

- разбираться в особенностях типологии музейных учреждений;
- понимать обусловленность особенностей структуры учреждения и его основных функций

Владеть:

- профессионализмами;
- навыками аналитического исследования, навыками работы в команде.

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) общекультурных (ОК)

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

в) профессиональных (ПК)

- владением основами менеджмента в музейной деятельности (ПК-3);
- способностью к организации работы малых коллективов исполнителей (ПК-5)

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- основные теоретические и практические закономерности музейного менеджмента и маркетинга;
- особенности законодательной базы РФ и Краснодарского края в сфере экономической деятельности;
- специфику ФЗ - № 94, 83 и функциональную деятельность музейных учреждений;
- особенности деятельности музеев в современных экономических условиях.

Уметь:

- отличать на практике базовые и специфические категории финансовых и экономических типов и видов музейных учреждений;
- разбираться и применять на практике современную законодательную базу РФ и края;
- формулировать собственное обоснованное представление о приоритетах национальной (экономической) политике, этнической и маркетинговой стратегии;
- ориентироваться в специфике и особенностях типов музейных учреждений, особенностях их функционирования.

–профессиологизмы: музейные менеджмент, маркетинг, бизнес-план, доход, расход, издержки, прибыль, налоговая сфера и т.д.

–использовать средства логического анализа при решении менеджерских и маркетинговых исследований и стратегий;

–разрабатывать бизнес-планы, финансовую стратегию деятельности учреждений культуры;

–эффективно продвигать продукты экономических услуг музейных учреждений;

–воплощать и корректировать сметные расчеты, экономические затраты в целях эффективной деятельности учреждения;

–организовать сотрудников, выдвигать и ставить задачи, умело работать в коллективе, ставить перспективные планы;

–оперировать профессиологизмами: менеджмент, маркетинг, бизнес-планирование, сметный расчет, начальная максимальная цена контрактов, эффективность и т.д.

–исследовательскими и аналитическими способностями (бизнес-планы, стратегия, эффективная деятельность, развитие музейных услуг, аналитические сравнения, построение таблиц, графиков, методы анализа), делающими возможной эффективной деятельности музея;

–навыками сбора, понимания, изученности и критического анализа экономической деятельности учреждения культуры;

–современными методами проектирования и создания экономических стратегий экономического развития музейного учреждения;

–навыками разработки маркетинговых стратегий, расширения сферы услуг музеев. экспозиций и выставочных проектов;

–методами налаживания культурного диалога с коллегами, умением работать в коллективе.

Владеть:

–навыками анализа особенностей композиции, трактовки образов, художественных приемов, техники создания формами и методами системы PR в сфере культуры;

–методами оценки результатов деятельности службы связей с общественностью в деятельности учреждений культуры с их последующим анализом

Приобрести

–опыт проектной деятельности.

4.ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов). Дисциплина реализуется в 6-7 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачёт в 6 семестре, экзамен в 7 семестре.