

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 17.06.2021 11:14:09
Уникальный идентификатор:
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 и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

_____ А.В. Кудинова

Протокол № 15 от «16» июня 2017 г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В. ОД. 2 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составители:

доктор философских наук, профессор,
профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы

_____ С.А.Морозов

Краснодар
2017

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 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 «Основы маркетинга и менеджмента» 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.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).
Форма промежуточного контроля – экзамен (1 семестр). Форма итогового контроля – экзамен (2 семестр).