

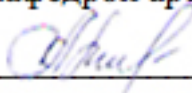
Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

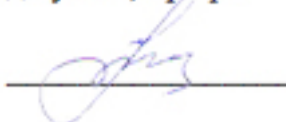
Протокол № 1 от «26» августа 2016 г.

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

Б1.В.ДВ.3.2. УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ В АРТ-БИЗНЕСЕ

Направление подготовки 50.03.01 – Искусства и гуманитарные науки
Профиль подготовки – Экономика
Квалификация выпускника – академический бакалавр
Форма обучения – очная

Составитель:
д.культ., проф.

 А.З. Инкина-Ерицпикова

**Краснодар
2016**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование у студентов системы теоретических знаний, умений и навыков, направленных на достижение коммерческих и социальных целей организации на основе ее эффективного коммуникативного взаимодействия с различными группами общественности посредством использования традиционных и инновационных методов управления репутацией в арт-бизнесе.

Задачи:

- рассмотреть становление методов управления репутацией в арт-бизнесе как области знаний и сферы деятельности в России и за рубежом;
- исследовать значение методов управления репутацией в арт-бизнесе как функции менеджмента, а так же как неотъемлемой части маркетинга;
- ознакомиться с различными видами и способами реализации методов управления репутацией в арт-бизнесе;
- ознакомиться с инструментарием, техниками и технологиями методов управления репутацией в арт-бизнесе;
- рассмотреть процесс реализации методы управления репутацией в арт-бизнесе в условиях мультикультурной деловой среды.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Управление репутацией в арт-бизнесе» преподается студентам, обучающимся по основной образовательной программе подготовки бакалавров по направлению «Искусства и гуманитарные науки». Он представляет собой вариативную часть профессионального цикла, дисциплина по выбору. Предметное содержание дисциплины тесно взаимосвязано с учебными курсами «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации в сфере культуры», «Медиапланирование в сфере культуры» Данный курс направлен не только на усвоение студентами конкретных знаний в области теории и практики методов управления репутацией в арт-бизнесе, но и на формирование навыков применения типов социологического исследования в практике бизнеса.

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)

- готовностью к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способностью к поиску и анализу информации, постановки цели и выбору путей ее достижения (ОК-1)

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

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);;

Б) профессиональные (ПК):

- способностью ставить и решать образовательные и педагогические задачи в процессе обучения (ПК-1);

- способностью организовывать творческую и (или) исследовательскую деятельность в организациях, осуществляющих образовательную деятельность (ПК-2);

- способностью проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук (ПК-4);

- владением навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, знанием основных библиографических источников и поисковых систем (ПК-5);

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- историю становления и развития методов управления репутацией в арт-бизнесе в мировом пространстве и в России;

- цели и принципы организации и ведения управления репутацией в арт-бизнесе;

- нормативно-правовую базу, регламентирующую методы управления репутацией в арт-бизнесе;

- набор инструментов методов управления репутацией в арт-бизнесе;

- организация управления репутацией в арт-бизнесе;

- поддержание репутации организации;

Уметь:

- определить основные группы общественности, на которые должна быть ориентированы методы управления репутацией в арт-бизнесе;

- провести исследования, касающиеся общественного мнения и общественного отношения по выявленной проблеме;

- разработать и реализовать на практике комплексную программу методов управления репутацией в арт-бизнесе;

- подобрать комплекс наиболее эффективных методов управления репутацией в арт-бизнесе;

- выстроить эффективные взаимоотношения со СМИ;

- управлять кризисом в организации посредством методов управления репутацией в арт-бизнесе;

- выявить недостатки методов управления репутацией в арт-бизнесе;
- оценить эффективность реализации методов управления репутацией в арт-бизнесе.

Владеть:

- практическими навыками воздействия на различные группы общественности;
- методами управления репутацией в арт-бизнесе;
- методикой пред- и посттестирования управления репутацией;
- навыками использования вербальных и невербальных коммуникаций;
- техниками ведения эффективных переговоров;
- способами оценки эффективности внешних, а так же внутрифирменных методов управления репутацией в арт-бизнесе.

Приобрести опыт деятельности в организации сферы культуры, связанный с практической подготовкой и реализацией эффективных методов управления репутацией в арт-бизнесе, а так же с оценкой их коммуникативной, социальной и экономической эффективности.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплин для студентов очного отделения составляет 3 зачетных единицы, 108 часов в 6 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачет в 6 семестре.