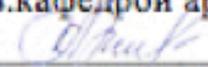


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

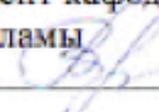
Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ
Зав.кафедрой арт-бизнеса и рекламы

А.В. Кудинова
Протокол №1 от «26» августа 2016г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.10 УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ В АРТ-БИЗНЕСЕ**

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
Профиль подготовки – Технологии управления в сфере культуры
Квалификация (степень) выпускника – академический бакалавр
Форма обучения - очная, заочная

Составитель:
Вицелярова К.Н., канд.экон.наук,
доцент кафедры арт-бизнеса и
рекламы



Краснодар
2016

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели 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 методов 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 профессиональной образовательной программе подготовки бакалавров по направлению «Искусства и гуманитарные науки». Курс входит в вариативную часть дисциплин по выбору. Предметное содержание дисциплины базируется на учебных курсах «Технологии управления», «Основы менеджмента», «Экономика организаций». Является основой для изучения дисциплин «Проектный менеджмент в сфере культуры», «Менеджмент арт-объектов», «Менеджмент некоммерческих организаций» и др.

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)

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

б) общепрофессиональных (ОПК):

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) профессиональных (ПК):

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

способностью разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительных учреждениях, в социально-

педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

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, способов управления репутацией в арт-бизнесе;
- методы организации и управления репутацией в арт-бизнесе;
- технологии поддержания 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 методы 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 дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). Дисциплина реализуется в 4 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачет в 4 семестре.