

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

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ОД.15 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ**

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:

Кочубей Е.И. к.филос.н.

доцент кафедры арт-бизнеса и
рекламы



Краснодар

2016

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля) «Ценообразование в сфере культуры» является изучение методологии и методики современного рыночного ценообразования в сфере культуры.

Задачи:

- ознакомление студентов с теоретическими основами ценообразования и ценовой политики на современном этапе;
- раскрытие методологических основ и подходов в формировании цен на различные виды продукции, инфляции и индексации цен, взаимодействия финансово-кредитной и налоговой политики государства;
- привитие им практических навыков в проведении расчетов по обоснованию уровня цены на выпускаемую продукцию, выбору наиболее эффективных методов ценообразования; в разработке ценовой политики предприятия и выбору альтернативных стратегий ценообразования, в применении форм и методов государственного регулирования цен.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Ценообразование в сфере культуры» входит в вариативную часть профессионального цикла дисциплин по подготовке бакалавров по направлению Искусства и гуманитарные науки, профиль Технологии управления в сфере культуры. Основой для изучения дисциплины «Ценообразование в сфере культуры» являются знания и умения, приобретенные студентами при изучении таких дисциплин как «Основы маркетинга», «Экономика и управление в сфере культуры», «Бюджетирование в сфере культуры». В свою очередь, знания, полученные студентами при изучении данной дисциплины, являются основой для изучения дисциплин «Проектный менеджмент в сфере культуры», «Фандрейзинг», «Бизнес-планирование культурных проектов», «Арт-менеджмент» и написания выпускной квалификационной работы, а так же в практической деятельности бакалавра искусства и гуманитарных наук.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО 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);

владением навыками участия в разработке и реализации различного типа проектов в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- сущность и взаимодействие категорий «стоимость» и «цена» в затратных, ценностных, синтетических теориях стоимости как методологическую основу ценообразования;
- теорию издержек как методологическую основу анализа цены предложения;
- теорию эластичности как методологическую основу анализа цены спроса;
- модели ценообразования на различных типах рынков;
- функции цены в современной экономике, подходы к дифференциации и виды цен;
- состав и структуру цены;
- основы ценовой стратегии организации;
- методы ценообразования;
- основы государственного регулирования цен.

Уметь:

- планировать операционную (производственную) деятельность организаций;
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.

Владеть:

- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной деятельностью организаций;
- способностью оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат;
- навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции и способностью принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета.

Приобрести опыт деятельности:

применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). Дисциплина реализуется в 4,5 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачет в 4 семестре, экзамен в 5 семестре.