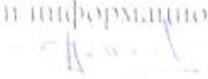


Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра экономики и информационных технологий

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой экономики
и информационных технологий
 Попов М.И.
«17» июня 2015 г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.Б.14 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА В НАРОДНОЙ
ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЕ**

Направление подготовки 51.03.02 Народная художественная культура

Профиль подготовки Руководство любительским театром

Квалификация выпускника - Бакалавр

Форма обучения - очная

Год начала подготовки – 2015 г

Составитель:

Горшенина Е.В., д.э.н., профессор



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В условиях развития рыночной модели российской экономики произошло становление сферы народно-художественной культуры как самостоятельной отрасли национальной экономики, функционирование которой направлено на удовлетворение культурных и духовных запросов граждан России.

Менеджмент и маркетинг в народно-художественной культуры- это комплексная целенаправленная интеллектуальная и хозяйственная деятельность отдельной высоко интеллектуальной личности и организационной системы, созданной вокруг одной или нескольких таких личностей, в целях эффективного использования факторов интеллектуального труда, деятельность, основанная на системе принципов, функций, методов и организационной структуре управления организацией, вполне соответствующей условиям ее внешней среды.

Особенностью дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере народно-художественной культуры» является необходимость изучения как основ менеджмента и маркетинга, так и специфики их применения предприятиями сферы народно-художественной культуры.

Особенности менеджмента сферы народно-художественной культуры формулируются путем системной характеристики трех базовых элементов системы менеджмента: целей, ресурсов и инструментов. все названные компоненты имеют отличительные черты, обусловленные спецификой услуг как экономических благ и товаров.

Особое место в менеджменте занимает маркетинг. Широкий круг управленческих вопросов рассматривается прежде всего с маркетинговой позиции.

Целью изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере народно-художественной культуры» является освоение студентами основ управленческой деятельности, маркетингового инструментария, а также понимание специфики управления предприятием в сфере народно-художественной культуры.

Задачи курса включают:

1. Изучение теоретических основ менеджмента и маркетинга;
2. Понимание специфики менеджмента и маркетинга предприятий НХК;
3. Формирование и развитие навыков работы в группе и принятия коллективных решений;
4. Развитие способностей студентов к самостоятельному поиску и анализу информации;
5. Приобретение навыков системного подхода к постановке и решению управленческих задач;
6. Выявление особенностей в управлении организациями различной формы собственности, представляющих различные отрасли услуг;
7. Развитие навыков ведения аргументированной дискуссии;
8. Владеть умениями и навыками применения управленческих технологий деятельности НХК учреждений.
9. Получить знания о системе планирования и программирования деятельности НХК учреждений

социокультурного профиля.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

«Основы маркетинга и менеджмента в народной художественной культуре» относится к базовой части учебного плана учебного плана по подготовке бакалавров.

Дисциплина предполагает предварительное изучение следующих дисциплин: история, основы экономики, психология, информационные системы и технологии, создание художественно-творческого продукта.

Знания и умения, полученные в ходе изучения дисциплины «Основы маркетинга и менеджмента в народной художественной культуре», будут необходимы при изучении дисциплин: «Основы экономики и управления в профессиональной деятельности», «Менеджмент в сфере культуры и искусства», «Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере», «Экономика социально-культурной сферы» «Предпринимательство и проектная деятельность» и др.

Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

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):

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью применять этнокультурные знания в профессиональной деятельности и социальной практике (ОПК-1);
- способностью к самостоятельному поиску, обработке, анализу и оценке профессиональной

информации, приобретению новых знаний, используя современные образовательные и информационные технологии (ОПК-2);

- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОПК-3).

- владением навыками работы с теоретической и эмпирической информацией, способностью находить, изучать и анализировать научную информацию по тематике исследования (ПК-1);

- способностью к подготовке и проведению научно-исследовательских работ с использованием знания фундаментальных и прикладных дисциплин в области народной художественной культуры (ПК-2);

- способностью планировать и осуществлять административно-организационную деятельность учреждений и организаций, занимающихся развитием народной художественной культуры и народного художественного творчества (ПК-12);

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- понятие, сущность и специфику менеджмента в сфере народной художественной культуры, его функции и принципы;

- теоретические и практические проблемы социокультурного менеджмента;

- культурную политику в России и перспективные направления ее развития;

- типовые процедуры и решения по управлению кадрами;

- подходы к реализации альтернативных моделей управления;

- организацию управленческого труда руководителя.

уметь:

- анализировать соотношение воплощенных тенденций в управленческие технологии и наметившиеся направления их развития;

- разрабатывать устав, положение, должностные инструкции и другую организационную документацию в учреждениях НХК;

- применять систему стимулирования и мотивации творческих работников;

- владеть навыками принятия решений в возможных нестандартных ситуациях в управленческой деятельности учреждений НХК;

- определять эффективность системы управления в учреждениях НХК.

Иметь представление:

- о решении разнообразных управленческих, производственных, психологических проблем, возникающих в учреждениях НХК;

- об использовании современных приемов планирования, работы с персоналом, сквозной оценки результатов деятельности.

Для решения задач учебного курса предусмотрены лекционные, семинарские занятия, мультимедийные средства обучения, самостоятельная работа студентов, экзамен, тестирование, основной целью которых является закрепление у студентов определенных навыков менеджмента в сфере НХК.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы 216 часов, зачет и экзамен.