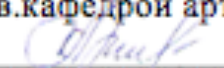


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

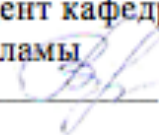
Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

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.3 МАРКЕТИНГ АРТ-ОБЪЕКТОВ**

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) «Маркетинг арт-объектов» являются: всестороннее изучение теоретических основ организации и ведения маркетинговой деятельности в арт-бизнесе с целью дальнейшего применения полученных знаний и умений на практике.

Задачами освоения курса выступают следующие:

- формирование понятийно-категориального аппарата в области маркетинга;
- изучение основных маркетинговых концепций и стратегий в арт-бизнесе;
- овладение слушателями теоретическими и практическими знаниями в сфере ведения маркетинговой деятельности на базе исследования общих принципов функционирования российской и зарубежной рыночных систем;
- формирование у слушателей практических навыков разработки и проведения маркетинговых исследований в арт-бизнесе;
- формирование практических навыков анализа внешней и внутренней маркетинговой среды арт-бизнеса;
- практическое использование основных принципов и приемов маркетинга: сегментирование, позиционирование, создание конкурентных преимуществ, исследование потребительских вкусов и предпочтений и т.д.;
- формирование практических умений использования инструментов комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг арт-объектов» входит в вариативную часть дисциплин по выбору по направлению 50.03.01 «Искусства и гуманитарные науки». Изучение дисциплины «Маркетинг в арт-бизнесе» должно предшествовать ознакомлению студентов с прочими дисциплинами профессионального цикла, которые создают необходимый понятийно-категориальный аппарат и формируют единую теоретико-методологическую базу. Особенности курса «Маркетинг арт-объектов» являются его междисциплинарный характер. Изучение данной дисциплины базируется на знаниях таких курсов как:

- Основы маркетинга;
- Управление маркетингом.

Является основой для изучения дисциплин:

- Проектный менеджмент в сфере культуры;
- Управление креативными проектами.

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:

а) общекультурных (ОК)

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

б) общепрофессиональных (ОПК)

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)

владеть навыками работы 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:

- социокультурные условия и предпосылки становления и развития маркетинговой деятельности в России и за рубежом;
- роль и место маркетинга в арт-бизнесе;
- концепции развития маркетинговой деятельности в арт-бизнесе;
- виды и типы маркетинга в зависимости от различных критериев классификации;
- типы организации маркетинговой службы в сфере арт-бизнеса;
- сущность маркетинговой деятельности в арт-бизнесе, ее основные задачи и принципы;
- систему интегрированных маркетинговых коммуникаций, включающую товарную и ценовую политику, политику продвижения, распределения продуктов арт-бизнеса;
- приемы практической реализации маркетинговых программ и концепций в рамках конкретных субъектов рыночной экономики.

Уметь:

- разработать программу сбора конкретной маркетинговой информации и реализовать ее на практике;
- комплексно изучать и прогнозировать рынок арт-бизнеса;
- выявлять и обосновывать критерии для сегментирования рынка;
- позиционировать продукт на рынке;
- формировать товарную политику и рыночную стратегию;
- разрабатывать ценовую политику фирмы и ее отдельных товарных групп;
- формировать спрос и стимулировать сбыта;
- организовывать деятельность маркетинговой службы, ее сотрудников.

Владеть:

- методами сбора и обработки маркетинговой информации;
- технологиями анализа рыночной конъюнктуры;
- практическими навыками подготовки эффективных маркетинговых коммуникаций;
- способами оценки эффективности маркетинговой политики в сфере арт-бизнеса.

Приобрести опыт деятельности по подготовке и реализации эффективных маркетинговых программ в рамках конкретных субъектов арт-бизнеса.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). Дисциплина реализуется в 8 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачет в 8 семестре.