

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Менеджмент и маркетинг в историко-культурном сервисе
46.03.01. «История»
девятый семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в историко-культурном сервисе»:

1. сформировать у студентов готовность к трудовой и творческой деятельности в области управления и предпринимательства, обеспечить прочное и сознательное овладение студентами научно-методическими знаниями и умениями, которые необходимы в практической деятельности в области менеджмента в историко-культурном сервисе
2. приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в историко-культурном сервисе.

В ходе достижения цели решаются следующие задачи:

- формирование у студентов системы знаний, навыков и умений в области менеджмента в историко-культурном сервисе;
- обучение студентов основам современной теории и практики в области менеджмента историко-культурного сервиса;
- формирование у студентов экономико-правовых знаний для эффективной деятельности в историко-культурном сервисе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в историко-культурном сервисе» относится к вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: История, Культурология.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в историко-культурном сервисе» соотнесённые с планируемыми результатами освоения ОПОП
 ОК-3 - Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Код формируемых компетенций	Уровень усвоения компетенции	Планируемые результаты обучения, по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОК-3	частичное	Знать; З 1 (ОК-3) -представление о методах и принципах менеджмента и маркетинга историко-культурного сервиса Уметь: У 1 (ОК-3) -анализировать факторы социально – экономической эффективности деятельности предприятий историко-культурного сервиса: У 2 (ОК-3)- определять экономическую эффективность работы предприятия историко-

		<p>культурного сервиса; У3 (ОК-3)- оперировать экономическими показателями деятельности предприятий историко- культурного сервиса; У 4 (ОК-3) - обосновывать стратегию и тактику экономического развития предприятия пользоваться теоретическими знаниями в сфере управления организацией, выявлять и анализировать возникающие проблемы, их причины и способы устранения, уметь анализировать рыночные возможности гостиничного предприятия; У 5 (ОК-3) - сформировать рыночные сегменты и определить целевой сегмент, разработать комплекс маркетинга (маркетинг-микс), моделировать поведение потребителя, применять современные способы продвижения гостиничного продукта на рынок, соблюдать правила организации эффективной рекламы. Владеть: В 1 (ОК-3) -методами маркетингового анализа, разработки рыночной стратегии историко-культурного предприятия и составления плана маркетинга по ее реализации, принятия маркетинговых решений, направленных на достижение целей, разработки и проведения маркетинговых исследований</p>
--	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В рамках дисциплины студенты изучают такие темы как:
Теоретические основы менеджмента как науки; Характер и цели планирования. Стратегическое планирование; Процесс организации. Организационные отношения в менеджменте; Основные понятия маркетинга. Маркетинг в историко-культурном сервисе; Маркетинговые исследования; Формирование маркетинговых стратегий; Принятие управленческих решений. Процесс организации; Управленческие структуры. Процесс производства; Реклама. Фирменный стиль историко-культурного предприятия.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3 зачётные единицы

Составитель: доцент Ерлыгина Е.Г.

Заведующая кафедрой МНиМР

Филимонова Н.М.

Председатель

учебно-методической комиссии направления

Тихонов А.К.

Директор института

Захаров П.Н.

Дата:

Печать института

