

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг в историко-культурном сервисе»
46.03.01 «История» 7-ой 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-культурном сервисе;
- 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 дисциплинам вариативной части блока дисциплин подготовки бакалавра по направлению 46.03.01 «История», изучается в 7 семестре.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ

ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины формируется:

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

ПК-6: способностью понимать, критически анализировать и использовать базовую историческую информацию.

В результате освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии» обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) **Знать:**

- представление о методах и принципах менеджмента и маркетинга историко-культурного сервиса

2) **Уметь:**

- анализировать факторы социально-экономической эффективности деятельности предприятий историко-культурного сервиса;

- определять экономическую эффективность работы предприятия историко-культурного сервиса;

- оперировать экономическими показателями деятельности предприятий историко- культурного сервиса;

- 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:

- 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.

3) Владеть:

- 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.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теоретические основы менеджмента как науки

Тема 2. Характер и цели планирования. Стратегическое планирование

Тема 3. Процесс организации. Организационные отношения в менеджменте

Тема 4. Основные понятия маркетинга. Маркетинг в историко-культурном сервисе

Тема 5. Маркетинговые исследования

Тема 6. Формирование маркетинговых стратегий

Тема 7. Принятие управленческих решений. Процесс организации

Тема 8. Управленческие структуры. Процесс производства

Тема 9. Реклама. Фирменный стиль историко-культурного предприятия

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - зачет

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2

Составитель: ст. преп. каф. МН и МР Зайцева И.А.

Заведующий кафедрой МН и МР д.э.н., проф. Филимонова Н.М.

Председатель учебно-методической комиссии направления д.и.н., проф. Тихонова А.К.

Дата: 30.09.2015г.

Печать института

