

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»

## 51.03.01 «Культурология» Профиль/программа подготовки - «Культурология» пятый семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины** заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», знаний об экономике культуры как области производства культурных ценностей, о механизмах культурной политики, принципах и методах управления в сфере культуры. Курс предполагает ознакомление с общими принципами менеджмента и особенностями менеджмента в сфере культуры.

**Задачами освоения дисциплины** являются формирование у студентов навыков работы с нормативными документами, умение ориентироваться в литературе по менеджменту; изучение круга проблем, связанных с формированием культурной политики, государственным управлением процессами в сфере культуры, с принципами эффективной организации и управления предприятиями в сфере культуры; создание представления о стратегии и тактике бизнеса в сфере культуры.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» относится к обязательной части.

Пререквизиты дисциплины: «Основы законодательства по охране объектов культурного наследия в России и за рубежом», «История и методология охраны и реставрации объектов культурного наследия в России и за рубежом», «Исследования культуры в современном мире», «Современные исследования культуры в России», и др.

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПКО-5	частичное	<u>Знать:</u> основы культурно-просветительских, образовательных, художественно-творческих программ в области культуры и искусств. <u>Уметь:</u> применять теоретические и методологические основы в образовательной деятельности <u>Владеть:</u> навыками разработки и реализации программ

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В ходе освоения дисциплины студенты изучают такие темы, как:

Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.

Экономика культуры, ее место и роль в системе экономических наук и экономики общественного сектора. «Культура и искусство» как отрасль национального хозяйства. Феномен менеджмента в сфере культуры. Теория менеджмента как практическая дисциплина обобщающая практику оптимизации организации и управления. Эволюция управленческой мысли

Культурная политика и национальные интересы. Проблема баланса интересов и механизмы согласования.

Принципы и механизмы законодательной деятельности и работы исполнительных органов в сфере культуры.

Принципы финансирования культуры. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.

Нормы и процедуры взаимодействия государства и общества. Общество как равноправный участник диалога с государственными институтами: традиции и инновации.

Структура общественных организаций: профессиональные объединения, союзы производителей и потребителей культурной продукции.

Специфика РФ. Особенности работы учреждений культуры - кадры, традиции, ценности, мотивации.

Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.

Развитие культурной ситуации в РФ. Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.

Основы организации хозяйственной и финансовой деятельности учреждений культуры.

Организация и управление учреждением (корпорацией): структура, кадры, процедуры.

Организация взаимодействия с другими субъектами хозяйственной жизни.

Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.

Стратегия корпорации: анализ рынка, презентация новой продукции, управление изменениями, корпоративная культура, управление в кризисной ситуации.

Анализ, постановка задачи, принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности.

Маркетинговая среда и направления маркетинга в сфере культуры. Ценовая политика культурной организации.

Основные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры. Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.

## 5.ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет.

## 6.КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 2 зачетные единицы, 72 часа.

Составитель: доцент, к.и.н. Соловьева В.В. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ИАиК д.и.н. профессор Тихонов А.К. \_\_\_\_\_

Председатель учебно-методической комиссии направления  
51.03.01 «Культурология» Тихонов А.К. \_\_\_\_\_

Директор ГИ Петровичева Е.М. \_\_\_\_\_

Дата: 28.08.2020

