

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

51.04.01 КУЛЬТУРОЛОГИЯ

ОХРАНА ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

1 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.04.01 «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.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

В структуре основной профессиональной образовательной программы магистратуры направления подготовки 51.04.01 «Культурология» курс «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» занимает важное место среди дисциплин по выбору.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры» имеет логические и содержательно-методологические взаимосвязи с такими дисциплинами ОПОП, как «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. Студенты получают целостное представление об обширном круге проблем, связанных с формированием культурной политики, государственным управлением процессами в сфере культуры, принципами эффективной организации и управления предприятиями в сфере культуры, о сфере национальных интересов в области культуры (механизмах формирования, обсуждения и коррекции сложившихся доктрин, политических регулятивах, о законодательной и исполнительной ветвях культурной политики, о международных и внутрироссийских организациях выступающих в качестве субъектов, влияющих на формирование и реализацию политики в области культуры и др.).

Таким образом, включение данной дисциплины в учебный план направления подготовки 51.04.01 «Культурология» представляется вполне обоснованным.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-2)
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-3);
- использовать на практике умения и навыки организации исследовательских и проектных работ, управления коллективом (ОК-5);
- проявлять инициативу, готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-6);

- - руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-6);
- пользоваться нормативными документами, определяющими параметры проведения работ в сферах социокультурной деятельности (ПК-11);
- готовностью к экспертно-консультационной работе (ПК-12).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Введение. Цели и задачи дисциплины, ее проблематика, место в учебном процессе.
2. Экономика культуры, ее место и роль в системе экономических наук и экономики общественного сектора. «Культура и искусство» как отрасль национального хозяйства.
3. Феномен менеджмента в сфере культуры. Теория менеджмента как практическая дисциплина обобщающая практику оптимизации организации и управления. Эволюция управленческой мысли
4. Культурная политика и национальные интересы. Проблема баланса интересов и механизмы согласования.
5. Принципы и механизмы законодательной деятельности и работы исполнительных органов в сфере культуры.
6. Принципы финансирования культуры. Финансовая сторона деятельности самостоятельных экономических субъектов в сфере культуры.
7. Нормы и процедуры взаимодействия государства и общества. Общество как равноправный участник диалога с государственными институтами: традиции и инновации.
8. Структура общественных организаций: профессиональные объединения, союзы производителей и потребителей культурной продукции.
9. Специфика РФ. Особенности работы учреждений культуры - кадры, традиции, ценности, мотивации.
10. Стратегический уровень хозяйственного и организационного мышления.
11. Развитие культурной ситуации в РФ. Формулирование стратегии, стратегическое планирование, реализация стратегических планов.
12. Основы организации хозяйственной и финансовой деятельности учреждений культуры.
13. Организация и управление учреждением (корпорацией): структура, кадры, процедуры. Организация взаимодействия с другими субъектами хозяйственной жизни.
14. Связь деятельности учреждения (корпорации) с тенденциями развития культуры, идеалами и ценностями доминирующими в обществе.
15. Стратегия корпорации: анализ рынка, презентация новой продукции, управление изменениями, корпоративная культура, управление в кризисной ситуации.
16. Анализ, постановка задачи, принятие решения, управление рабочим процессом, делегирование полномочий, повышение эффективности.
17. Маркетинговая среда и направления маркетинга в сфере культуры. Ценовая политика культурной организации.
18. Основные модели организации маркетинговой деятельности в сфере культуры. Модель организации маркетинга в сфере культуры в современной России.

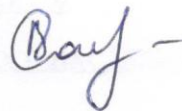
ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен _____

экзамен, зачет, зачет с оценкой

5. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4 зачетных единицы.

Составитель: доцент кафедры МиИК, Соловьева В.В.

должность, ФИО, подпись

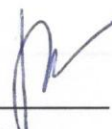


Заведующий кафедрой МиИК

название кафедры

С.В.Погорелая

ФИО, подпись

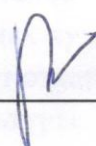


Председатель

учебно-методической комиссии направления

С.В.Погорелая

ФИО, подпись



Директор института

Е.М.Петровичева

Дата: 26.01.16

