


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

А Н Н О Т А Ц И Я Р А Б О Ч Е Й П Р О Г Р А М М Ы Д И С Ц И П Л И Н Ы

«Маркетинг в сфере культуры»

п о н а п р а в л е н и ю 51.03.01 «Культурология» (бакалавриат)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов четкого представления о маркетинговых коммуникациях в сфере культуры как о целостной системе взаимодействия с потребителями и другими субъектами.

Задачи освоения дисциплины:

- выработка у студентов навыков самостоятельного анализа маркетинговой информации;
- овладение практическими приемами и методами планирования и реализации маркетинговых коммуникаций, продвижения товаров и услуг в культурной сфере.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг в сфере культуры» относится к вариативной части учебного плана бакалавров-культурологов и является элективной. Изучается в 5 семестре.


Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу изучения дисциплины студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты информационно-коммуникационных процессов в обществе (предшествующие дисциплины:

- Основы проектного управления
- Основы предпринимательского права
- Проектная деятельность
- Проектная деятельность в сфере культуры
- Правовые основы культурной деятельности
- Социальное предпринимательство
- Проектно-технологическая практика).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей/параллельной:

В дальнейшем курс станет основой изучения следующих дисциплин:

- Основы рекламы
- Менеджмент в социокультурной сфере
- Основы брендинга и визуализация бренда
- Менеджмент выставочной деятельности
- Современная культурная политика и управление культурой
- PR-технологии в сфере культуры
- Экономические основы культурной деятельности
- Soft skills тренинг
- Продвижение в сети Интернет
- Культура массовых коммуникаций

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

а также прохождения преддипломной практики и ГИА.

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: . базовые понятия теории маркетинга для дальнейшего применения на практике Уметь: . осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации анализировать рыночную ситуацию, Владеть: . Навыками использования технологий маркетинга в своей профессиональной деятельности
ПК-6 способность применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурно й сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность	Знать: роль, цели, принципы и функции маркетинга в сфере культуры, современные концепции маркетинга социокультурных и художественно-творческих программ; уметь: планировать коммуникативную политику организаций в сфере культуры, а также осуществлять оценку их эффективности; владеть коммуникационными инструментами маркетинга для реализации социокультурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы (**72** часа).

5. Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, решение ситуационных задачи др.).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, творческих контактов, сдаче зачета; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены виды текущего контроля: тестирование, практические задания.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачет**.