

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в сфере культуры»

по направлению 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
- Социальное предпринимательство
- Правовые основы культурной деятельности
- Социокультурное проектирование
- Проектная деятельность.

В дальнейшем курс станет основой изучения следующих дисциплин:

- Проектно-технологическая практика
- Основы рекламы
- PR-технологии в сфере культуры
- Менеджмент выставочной деятельности
- Soft skills тренинг
- Экономические основы культурной деятельности
- Культура массовых коммуникаций
- Продвижение в сети Интернет
- Преддипломная практика
- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы 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 задач и др.).

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