



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
НЕКВАЛИФИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ИНФОРМАЦИЯ О СЕРТИФИКАТЕ

S/N: 23D1633212

Владелец: Кулешин Максим Георгиевич

Должность: И.о. ректора

E-mail: kuleshinm@sgpi.ru

Организация: ГБОУ ВО СГПИ

Дата подписания: 19.05.2023

Действителен: с 04.05.2023 до 04.05.2026

(наименование учебной дисциплины)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры

Блок: базовый (Б1.О)

1. Цель и задачи дисциплины

Цель: Формирование у обучающихся универсальных и профессиональных компетенций, целостного представления о сущности общего процесса управления, социальных и профессиональных ролях менеджера в сфере народной художественной культуры.

Задачи дисциплины:

- развитие учреждения в соответствии с разработанными планами и программами в сфере организации народной художественной культуры;
- разработка и внедрение эффективной организационной модели деятельности этнокультурной организации;
- разработка стратегии и планов развития этнокультурной организации;
- создание модели эффективного управления мотивацией специалистов этнокультурной организации, в том числе с использованием моральных, материальных и иных стимулов;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки и ОПОП.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина "Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры" входит в , код: Б1.О.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Изучение дисциплины "Менеджмент и маркетинг в сфере народной художественной культуры" направлено на формирование у обучающихся индикаторов установленных 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

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

4. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины.
4 зачетные (-ых) единиц (-ы) (144 ч.), включая промежуточную аттестацию.
Формы контроля.
Зачет
Содержание дисциплины.
Коммуникации. Особенности и значение менеджмента общественных связей для развития творческого коллектива
Теория и практика современного маркетинга. Сущность маркетинга и маркетинговая среда
Система управления и ее составляющие
Планирование. Основы бизнес-планирования
Особенности маркетинга в сфере народной художественной культуры
Групповая динамика. Руководство и лидерство
Управление изменениями, стрессами, конфликтами. Особенности развития инновационных структур управления в бюджетных и некоммерческих организациях художественно – творческой направленности
Формирование маркетинговой стратегии и тактики руководителем коллектива
Организация: построение и структура
Теории мотивации
Экзамен
Контроль для осуществления успешной деятельности этнокультурной организации
Зачёт