

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 «Маркетинг наследия»

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент культурного наследия»

Квалификация выпускника: Магистр

Форма обучения: Очная форма обучения

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1 Применяет на практике основы менеджмента в деятельности
ПК-3	Способен выполнять виды работ, связанные с объектами культурного и природного наследия	ИПК-3.1 Анализирует методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в области культурного наследия

Код компонента компетенции	Результаты обучения
ИУК-3.1	на уровне знаний: знать теоретические основы маркетинга и особенностей маркетинга в сфере культурного наследия
	на уровне умений: уметь определять подходы к продвижению объектов культурного наследия средствами маркетинговых коммуникаций;
	на уровне навыков: владеть базовыми навыками исследования маркетинговой среды, формирования маркетинговой стратегии, разработки маркетингового плана, основанного на анализе существующих рынков, конкурентов и потребителей услуг
ИПК-3.1	на уровне знаний: знать подходы к формированию имиджа, бренда и репутации в сфере культурного наследия, управление взаимоотношениями со стейкхолдерами и потребителями
	на уровне умений: уметь определять городские и локальные сообщества, а также форматы работы с различными аудиториями
	на уровне навыков: владеть методикой и практикой современных направлений маркетинга культурного наследия

Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.04 «Маркетинг наследия» является элективной дисциплиной и относится к вариативной части учебного плана Б1 программы подготовки по направлению 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), профиль «Менеджмент культурного наследия». Данная дисциплина изучается на 1 курсе, во 2 семестре в соответствии с учебным планом.

Общий объем дисциплины: 4 З.Е. (144 ак.ч., 108 астр.ч.);

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем: 28 ак.ч. (21 астр.ч.); на самостоятельную работу обучающихся: 116 ак.ч. (87 астр.ч.).

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля
		Всего	Контактная работа обучающихся с	СР	

			преподавателем по видам учебных занятий					успеваемости, промежуточной аттестации
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КСР		
Тема 1	Основы маркетинга в сфере культурного наследия	24	2		2		20	УО
Тема 2	Стратегии маркетинга наследия	28	4		4		20	УО
Тема 3	Маркетинговые исследования с сфере культуры	24	2		2		20	УО
Тема 4	Имидж, бренд и репутация	24	2		2		20	УО
Тема 5	Аудитории и коммуникационные стратегии	24	2		2		20	УО
Тема 6	Стратегии по связям с общественностью и государственными органами как часть маркетинга наследия	20	2		2		16	УО
Промежуточная аттестация								ЗаО
Всего:		144/4	14		14		116	

Форма промежуточной аттестации

Формой промежуточной аттестации является зачет с оценкой во 2 семестре в форме кейс-стади. Тема кейс-стади: «Создание маркетинговой модели для объекта культурного наследия». Обучающийся самостоятельно выбирает объект культурного наследия для исследования.

Основная литература

1. Основы культурной политики [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Т. Баранов, В. В. Василенко, Л. В. Ванян [и др.] ; под ред. В. Н. Грузков. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 198 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75587.html>