МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Набережночелнинский государственный педагогический университет"

(ФГБОУ ВО "НГПУ")

МОДУЛЬ 7. ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО- КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере

аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Истории и методики ее преподавания**
Учебный план 51.03.03 Социально-культурная деятельность
Менеджмент социально-культурной деятельности

Форма обучения **заочная**
Программу составил(и): канд. ист. наук, доцент, Магсумов Т.А.;канд. экон. наук, доцент, Несмеянова Е.И.

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
Вид занятий	УП	РПД		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	130	130	130	130
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель освоения дисциплины - формирование знаний и предсталений о методологии оценки и прогнозирования возможностей рынка для управления им при решении поставленных стратегических и текущих целей, используя основы экономических знаний находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях и реализовывать технологии маркетинга в сфере социально-культурной деятельности.
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.3	приобретение знаний в области современного стратегического анализа в социально-культурной сфере;
1.4	изучение методов и моделей, необходимых для реализации маркетинговых коммуникаций в социально- культурной сфере;
1.5	приобретение навыков планирования маркетинговых коммуникаций, расчета бюджета, оценки эффективности;
1.6	изучение влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирование сбыта в социально-культурной сфере; выбор наиболее эффективных видов маркетинговых коммуникаций определенной группы товаров.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.Б.07
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Организация культурно-просветительской деятельности
2.1.2	Основы медицинских знаний и здорового образа жизни
2.1.3	Безопасность жизнедеятельности
2.1.4	Основы права
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Основы менеджмента социально культурной деятельности
2.2.2	Социально-культурная работа за рубежом
2.2.3	Технологические основы социально-культурной деятельности
2.2.4	Финансово-экономическая и хозяйственная деятельность учреждения культуры
2.2.5	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
2.2.6	Преддипломная практика
2.2.7	Реклама в социокультурной сфере
2.2.8	Ресурсная база социально-культурной деятельности

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО КАЖДОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ДОСТИЖЕНИЕ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
ОК-3: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	
Знать:	
	основные понятия, категории и инструменты экономики, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки
Уметь:	
	выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций и предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты
Владеть:	
	навыками применения экономических знаний в профессиональной деятельности
ОПК-2: способность находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность	
Знать:	
	основные организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях маркетинговых коммуникаций
Уметь:	
	применять основные организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях маркетинговых коммуникаций
Владеть:	
	способами применения основных организационно-управленческих решений в стандартных ситуациях маркетинговых коммуникаций

ПК-9: готовность к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности	
Знать:	
	Сущность, принципы, методы и технологии социально-культурной деятельности
Уметь:	
	Использовать технологии социально-культурной деятельности в работе
Владеть:	
	Навыками организации активного отдыха, рекреации всех возрастных групп населения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
методологические и теоретические основы маркетинга; современные концепции управления маркетингом в сфере социально-культурной деятельности; систему методов контроля в маркетинге в сфере социально-культурной деятельности; методы и модели организации маркетинговых исследований в сфере социально-культурной деятельности;	
3.2	**Уметь:**
использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований в сфере социально-культурной деятельности; применять методы и модели организации маркетинговых исследований в сфере социально-культурной деятельности;	
3.3	**Владеть:**
владеть умением строить стандартные теоретические и эконометрические модели в сфере социально-культурной деятельности, анализировать и содержательно интерпретировать полученные при исследовании экономических вопросов результаты; навыками целевого управления процессом создания и реализации ценности в сфере социально-культурной деятельности;	