

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 17.06.2021 11:54:14
Уникальный идентификатор:
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой арт-бизнеса, туризма и
рекламы
_____ А.В. Кудинова
Протокол № 1 «27» августа 2018 г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В. 10 ИССЛЕДОВАНИЯ В АРТ-БИЗНЕСЕ И РЕКЛАМЕ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес и реклама

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

доктор философских наук, профессор
кафедры арт-бизнеса, туризма и рекламы КГИК
_____ С.А.Морозов

Краснодар
2018

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: сформировать у обучающихся знания в области методологии и методики проведения исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы.

Задачи:

1. Освоение методологии проведения исследований в арт-бизнесе и рекламе
2. Изучение роли социологии и социологических методов в проведении исследований в арт-бизнесе и рекламе.
3. Освоение форм оценки эффективности арт-бизнес-деятельности и рекламной сфере.
4. Сформировать теоретические и прикладные навыки анализа деятельности в рамках маркетинговой концепции арт-бизнеса и рекламы
5. Освоение методов анализа арт-бизнеса и рекламы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Исследования в арт-бизнесе и рекламе» относится к обязательным дисциплинам вариативной части цикла. Для ее изучения требуются знания по изучаемым ранее дисциплинам: «Основы научно-исследовательской работы». Дисциплина «Исследования в арт-бизнесе и рекламе» является базовым основанием для изучения таких дисциплин вариативной части как «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе», «Брендинг и проектирование потребительской культуры», «Интернет-реклама и SMM-продвижение» «Инфографика», «Визуальные объекты массового восприятия».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

а) общекультурных компетенций:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

б) общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- способность к осмыслению текстов различной жанрово, стилистической и семиотической природы и пониманию различий между ними, обусловленных этой природой (ОПК-3);

в) профессиональных компетенций (ПК):

- способность проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук (ПК-4);

- владение навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, знанием основных библиографических источников и поисковых систем (ПК-5);

- владение навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" представления материалов собственных научных исследований (ПК-6).

Знать:

- понятийный аппарат исследований в арт-бизнесе и рекламе;
- методологию организации и проведения исследований в арт-бизнесе и рекламе;
- основные методы анализа в арт-бизнесе и рекламе;
- основные методы определения эффективности проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе;
- основные формы и технологии представления результатов исследований в арт-бизнесе и рекламе.

Уметь:

- сделать обоснованный выбор качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе;
- разрабатывать и применять основные инструменты для применения качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе;
- обрабатывать и анализировать результаты проведенного исследования в арт-бизнесе и рекламе;
- подготовить отчет о результатах проведенного исследования в арт-бизнесе и рекламе;

Владеть:

- навыками сбора информации с помощью качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе;
- основами социологического анализа;
- основами анализа систем управления;
- основами визуального анализа;
- основами маркетингового анализа.

Приобрести опыт деятельности: применения методологии и методики исследований в арт-бизнесе и рекламе; разработки, подготовки исследовательских проектов по изучению арт-бизнеса и рекламы; ведения дискуссии и участия в дискуссии; подготовки и проведения презентаций и отчетов по результатам проведенных исследований.