

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 17.06.2017 11:18:44

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7377af5daae090acbec83d71fc

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

А.В. Кудинова

Протокол № 15 от 16 июня 2017 г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1 В.ОД.11 РЕКЛАМА В АРТ-БИЗНЕСЕ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

кандидат исторических наук, доцент,

зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы КГИК

_____ А.В. Кудинова

Краснодар
2017

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: предоставить обучающимся необходимые знания в сфере теории и практики рекламы в арт-бизнесе.

Задачи:

1. Формирование у обучающихся способности анализировать стратегические и тактические действия, связанные с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний в арт-бизнесе;
2. Формирование у обучающихся способности создания рекламных сообщений и выбора оптимальных рекламоносителей для их размещения;
3. Формирование у обучающихся способностей к формированию медиаплана и его реализации.
4. Формирование у обучающихся умений и навыков в области анализа коммуникативной и экономической эффективности рекламной кампании.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Реклама в арт-бизнесе» относится к обязательным дисциплинам вариативной части. Данная дисциплина опирается на знания, умения и навыки, приобретенные обучающимися в ходе изучения таких дисциплин как: «Основы арт-бизнеса», «Основы маркетинга и менеджмента», «Связи с общественностью арт-бизнесе», «Визуальные объекты массового восприятия», «Имиджевые технологии в арт-бизнесе», «Эвент-технологии в арт-бизнесе», «Исследования в арт-бизнесе», «Создание художественно-творческого продукта», «Информационные системы и технологии». Знания, полученные обучающимися в курсе «Реклама в арт-бизнесе» необходимы для изучения последующих дисциплин: «Массовые музыкальные жанры», «Современное актуальное искусство», «Экспертный анализ в арт-бизнесе». «Брендинг в арт-бизнесе», «Креативная деятельность в арт-бизнесе», «Технология визуализации арт-деятельности».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общепрофессиональных (ОПК):

- способность использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОПК-4);
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий, а также с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-5).

б) профессиональных (ПК):

- способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7);
- способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- теоретические основы рекламы в сфере арт-бизнеса, ее особенности и перспективы, экономические механизмы, технологию, регулирование рекламной деятельности в области арт-бизнеса;
- технологии проектирования, создания и размещения рекламных продуктов в сфере арт-бизнеса;
- методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности рекламных кампаний в области рекламы в сфере арт-бизнеса.

Уметь:

- продвигать уникальное торговое предложение в арт-бизнесе различными средствами рекламы;
- выстраивать рекламную стратегию с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий;
- создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж предприятия;
- оптимизировать расходы как при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий;
- создавать креативные рекламные продукты в области арт-бизнеса.

Владеть:

- теоретическими и прикладными основами рекламы в арт-бизнесе;
- анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью в области рекламы в арт-бизнесе, достижением высокой результативности рекламных кампаний;

- функциями основных участников и составляющих рекламного процесса в области арт-бизнеса;
- последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации и реализации рекламных кампаний в области арт-бизнеса.

Приобрести опыт деятельности: в исследовании рынка рекламных услуг, создании, размещении и определении эффективности современной визуальной рекламы

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов). Дисциплина реализуется в 4-5 семестрах. Форма промежуточной аттестации - зачёт в 4 семестре. Форма итогового контроля - экзамен в 5 семестре.