

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Безуглая Наталия Сергеевна  
Должность: И. о. заведующей кафедрой социально-культурной деятельности  
Дата подписания: 25.06.2021 11:39:20  
Уникальный программный ключ:  
с6352254e66186ec06e940c4e114cbf221f79983


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 Кудинова А.В.

  
«26» августа 2017 г

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1. Б.21 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНО-  
КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность  
Профиль подготовки – Менеджмент социально-культурной деятельности,  
Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ  
Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр  
Форма обучения – очная, заочная

Составитель

  
(подпись)   
(Ф.И.О.)

Краснодар  
2017

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Целью изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в социально-культурной деятельности»** является овладение студентами знаниями по теоретическим основам рекламы и связей с общественностью и навыками по разработке и использованию технологий рекламы и СО в социально-культурной сфере.

**Задачи:** ознакомление студентов с основными понятиями и определениями, используемыми в сфере рекламы и связей с общественностью; изучение и закрепление теоретических основ рекламной деятельности; освоение студентами основных понятий, категорий и принципов рекламы и связей с общественностью; формирование навыков разработки и оценки рекламного сообщения; формирование навыков подготовки, организации и проведения СО-мероприятий, СО-акций, СО-проектов, программ и кампаний. Получение практических навыков по разработке рекламной и СО-стратегии и необходимых знаний в сфере законодательного регулирования и финансирования рекламы и связей с общественностью.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

«Реклама и связи с общественностью в социально-культурной деятельности» - дисциплина базовой части. Данная дисциплина необходима в последующем освоении знаний по дисциплинам «Организация туристского досуга», «Арт-менеджмент», «Индустрия досуга» и «Индустрия гостеприимства».

## 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) профессиональными компетенциями (ПК):**

- готовностью к разработке целей и приоритетов творческо-производственной деятельности учреждений культуры, реализующих социально-культурные технологии (культурно-просветительные, культуротворческие, культуроохранные, культурно-досуговые, рекреативные) (ПК-15);

- способностью к обобщению и пропаганде передового опыта учреждений социально-культурной сферы по реализации задач федеральной и региональной культурной политики (ПК-16);

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:** теорию и методологию рекламы и связей с общественностью, основные виды и средства рекламной и СО-деятельности, принципы разработки рекламной и СО-кампании.

**Уметь:** планировать рекламные и СО-кампании по продвижению услуг социально-культурной деятельности, разрабатывать стратегию коммуникативной политики организаций и компаний социально-культурной сферы.

**Владеть:** навыками применения рекламных и СО-инструментов, навыками разработки рекламных и СО-продуктов, построения коммуникационных программ.

**Приобрести опыт деятельности:** создания рекламных и СО-сообщений, разработки, проектирования, корректировки и оценки эффективности рекламных и СО-кампаний.

## **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Структура дисциплины (очное отделение)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 ч.).