

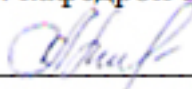
Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

Протокол № 1 от «26» августа 2016 г.

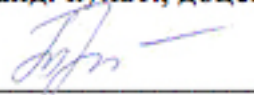
**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ОД.22. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В АРТ-БИЗНЕСЕ**

Направление подготовки 50.03.01 – Искусства и гуманитарные науки
Профиль подготовки – Экономика
Квалификация выпускника – академический бакалавр
Форма обучения – очная

Составитель:

канд. культ., доцент

 Терещенко Л.В.

**Краснодар
2016**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины – дать студентам понятие о рекламе и связях с общественностью в арт-бизнесе как об инструментах реализации культурной политики и успешного бизнеса, сформировать навыки планирования и ведения рекламной и PR-кампаний, познакомить с процедурой производства и размещения рекламы, планированием СО-кампаний в рамках арт-менеджмента.

Задачи: дать базовые знания по теории и практике рекламы и связей с общественностью, познакомить со спецификой рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью в арт-бизнесе, сформировать навыки планирования рекламных и СО-кампаний.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в арт-бизнесе» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1. Для ее изучения студентам необходимы знания, умения и навыки, приобретенные и сформированные при освоении таких дисциплин, как «Интегрированные коммуникации», «Брендинг в арт-бизнесе» и др. Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в арт-бизнесе» является одной из завершающих образовательный процесс программ.

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**.

б) профессиональных – способность работать в профессиональных коллективах, способность обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами – **ПК-8**; 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: специфику подачи рекламных и PR-сообщений в арт-бизнесе, соответствие формы и содержания рекламного и PR-продукта, место рекламной и PR-услуги в системе маркетинга в арт-бизнесе; иметь

представление о средствах рекламы и связях с общественностью, технологиях их производства и размещения; знать закономерности планирования рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью.

Уметь выделять сегменты и целевые группы рекламного и PR-воздействия в арт-бизнесе, создавать креативные рекламные и PR-продукты, планировать рекламные мероприятия и мероприятия по СО.

Владеть навыками организации и проведения рекламных и PR-мероприятий и разработки и производства рекламного продукта, составления плана рекламной и PR-кампании.

Приобрести опыт деятельности: по разработке концепции коммуникационного продукта для субъектов арт-бизнеса, организации коммуникационной деятельности, рекламного и PR-сопровождения, рекламных и PR-кампаний в арт-бизнесе.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа) в 7 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачет.