

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 17.08.2018 11:54:14

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5deae090acbe683d71fc

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 от 27 августа 2018 г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.10 СОЗДАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКОГО ПРОДУКТА

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 освоения дисциплины: овладение студентами методологией и методикой анализа и технологиями концептуализации, создания и продвижения продуктов художественно-творческой деятельности.

Задачи:

1. Формирование у студентов способности изучать различные методологические и методические подходы к анализу создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
2. Формирование у студентов способностей к проведению научно-исследовательской работы и грамотному оформлению и презентации материалов и результатов исследования в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
3. Формирование у студентов способности использовать различные технологии для создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
4. Формирование у студентов способности умения применять технологии расчета экономической и коммуникативной эффективности художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; и их продвижения целевым аудиториям потенциальных потребителей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Создание художественно-творческого продукта» относится к дисциплинам по выбору вариативной части. Для освоения дисциплины необходимы знания в объеме Государственного стандарта общего (полного) среднего образования. Изучение дисциплины «Создание художественно-творческого продукта» необходимо для последующего освоения знаний по дисциплинам: «Разработка визуальных арт-объектов и визуального контента», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Брендинг и проектирование потребительской культуры»

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) общекультурных компетенций (ОК):

- способностью понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);

б) общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1);

- способность использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

- способностью 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);

в) профессиональных компетенций: способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать: - теоретические основы разработки художественно-творческих продуктов, коммуникативные и экономические механизмы, технологию, регулирование деятельности по разработке и созданию художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;

- основы методологии и методики научных исследований в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;

- технологии проектирования, создания и продвижения художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;

- методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;

Уметь: - анализировать художественно-творческие продукты и услуги, целевые рынки и целевые аудитории и создавать уникальное торговое предложение различными средствами в сфере визуальных коммуникаций;

-на основе прикладного научного анализа выстраивать стратегию продвижения художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий;

- создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;

Владеть:

- теоретическими и прикладными основами научного анализа области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
- анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением деятельностью в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
- функциями основных участников и составляющих процесса в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
- последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации процессами разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
- современным отечественным и зарубежным опытом в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций

Приобрести опыт деятельности: в исследовании рынка художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций, научном обосновании концептуализации, создания, размещения и определения эффективности художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций.