

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 11.08.2019
Уникальный программный ключ:
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 и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой

арт-бизнеса и рекламы

_____ А.В. Кудинова

26 августа 2019 г. пр.№ 1

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг

Направления подготовки (профиль): 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

кандидат культурологии, доцент
кафедры арт-бизнеса и рекламы ФСКДТ КГИК

_____ Терещенко Л.В.

**Краснодар
2019**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: овладение студентами теоретическими и практическими основами формирования, управления и развития социального бренда.

Задачи:

- знание сущности процессов социального брендинга, эффективных технологий создания и развития социальных брендов;
- изучить технологии выстраивания социальных организаций, социальных проектов, личностей, играющих важную роль в общественном развитии;
- рассмотреть технологии усиления и сопровождения социальных брендов;
- уметь проводить исследования в процессе брендбилдинга.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)». Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как: «Интегрированные коммуникации», «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе». Изучение дисциплины «Социальный брендинг» необходимо для последующего освоения знаний по дисциплинам: «Арт-рынок современного искусства», «Управление креативными проектами». Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	Владеть
Способность разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	- методологию разработки и применения в практической деятельности технологий социального брендинга	использовать в практической деятельности в области профиля подготовки принципы методологии и технологии социального брендинга	опытом применения в практической деятельности принципов и технологий социального брендинга в соответствии с профилем подготовки
Способность применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	- методологию управления разработкой и применением в практической деятельности технологий социального брендинга	использовать в практической деятельности под руководством в области профиля подготовки принципов управления технологиями социального брендинга	опытом применения в практической деятельности под руководством принципов управления технологиями социального брендинга в соответствии с профилем подготовки
Способность разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	основы теории и практики социального брендинга	применять под руководством технологии социального брендинга в рекламной деятельности	опытом применения под руководством технологии социального брендинга в рекламной деятельности
Способность управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	- принципы и технологии социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы	использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и технологии социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом использования в прикладных исследованиях под руководством принципов и технологий социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их результатов в профессиональной деятельности

