

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

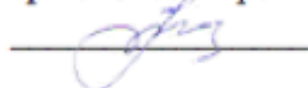
Протокол № 1 от 26 августа 2016 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
Б1.Б.11 СОЗДАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКОГО ПРОДУКТА**  
Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки  
Профиль подготовки – Технологии управления в сфере культуры  
Квалификация (степень) выпускника – академический бакалавр  
Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

Инкина-Ерицпохова А.З.,

доктор культурологи,  
профессор кафедры  
арт-бизнеса и рекламы



Краснодар  
2016

## 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 управления;
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 управления;
3. Формирование у студентов способности использовать различные технологии для создания художественно-творческих продуктов в сфере управления;
4. Формирование у студентов способности умения применять технологии расчета экономической и коммуникативной эффективности художественно-творческих продуктов в сфере управления; и их продвижения целевым аудиториям потенциальных потребителей.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Создание художественно-творческого продукта» относится к базовой части учебного плана. 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: «Стратегический менеджмент», «Управление маркетингом», «Проектный менеджмент в сфере культуры», «Управление изменениями», «Брендинг в арт-бизнесе», «Бренд менеджмент»

## 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 (ОК)**

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);

### **б) общепрофессиональных (ОПК):**

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

### **б) профессиональных (ПК):**

способностью проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук (ПК-4)

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 управления;
- основы методологии и методики научных исследований в области создания художественно-творческих продуктов в сфере управления;
- технологии проектирования, создания и продвижения художественно-творческих продуктов в сфере управления;

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

**Уметь:**

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

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

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

**Владеть:**

- теоретическими и прикладными основами научного анализа области создания художественно-творческих продуктов в сфере управления;

- анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением деятельностью в области создания художественно-творческих продуктов в сфере управления;

- функциями основных участников и составляющих процесса в области создания художественно-творческих продуктов в сфере управления;

- последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации процессами разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере управления;

- современным отечественным и зарубежным опытом в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере управления

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

#### **4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3,4 зачетных единиц (288 часов). Дисциплина реализуется в 3,4 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 3 семестре, экзамен в 4 семестре.