

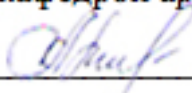
Министерство культуры Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

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

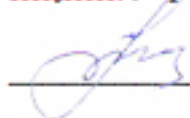
Профиль подготовки – Экономика

Квалификация выпускника – академический бакалавр

Форма обучения – очная

Составитель:

д.культ., проф.



А.З. Инкина-Ериццохова

**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 базовым дисциплинам. 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: «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) общепрофессиональных (ОПК):** способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте

(ОПК-1); способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

способность к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и пониманию различий между ними, обусловленных этой природой (ОПК-3); 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 (ПК):** способность применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-3); способность 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 6 зачетных единиц (216 часов) в 3-4 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 3 семестре, экзамен в 4 семестре.