

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 17.06.2017 11:08:38

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8ff00d7377af5daae090acbec87d71fc

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 № 15 от 16 июня 2017 г.

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1 В.ОД.8 ИМИДЖЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В АРТ-БИЗНЕСЕ

Направление подготовки –50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

кандидат исторических наук, доцент,

зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы КГИК

\_\_\_\_\_ А.В. Кудинова

Краснодар  
2017

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цели** освоения дисциплины: предоставить обучающимся необходимые знания в сфере теории и практики использования имиджевых технологий в сфере арт-бизнеса.

### **Задачи:**

- сформировать у обучающихся представление о современных концепциях имиджа в сфере арт-бизнеса;
- способствовать овладению обучающихся методологией и методикой анализа в имиджмейкинге;
- научить обучающихся оперировать инструментарием имиджелогии в сфере арт-бизнеса;
- сформировать у обучающихся навыки построения корпоративного и персонального имиджа в арт-бизнесе.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Имиджевые технологии в арт-бизнесе» относится к обязательным дисциплинам вариативной части. Данная дисциплина опирается на знания, умения и навыки, приобретенные обучающимися в ходе изучения таких дисциплин как: «Основы арт-бизнеса», «Деловые коммуникации в арт-бизнесе», «Основы маркетинга и менеджмента», «Связи с общественностью арт-бизнесе», «Визуальные объекты массового восприятия», «Эвент-технологии в арт-бизнесе», «Основы научно-исследовательской работы». Знания, полученные обучающимися в курсе «Имиджевые технологии в арт-бизнесе» необходимы для изучения последующих дисциплин: «Массовые музыкальные жанры», «Современное актуальное искусство», «Экспертный анализ в арт-бизнесе». «Брендинг в арт-бизнесе», «Креативная деятельность в арт-бизнесе», «Технология визуализации арт-деятельности» и др.

## **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):**

способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

**б) общепрофессиональных компетенций (ОПК):**

- 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 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).

**б) профессиональных компетенций (ПК):**

- владение навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") представления материалов собственных научных исследований (ПК-6);

- способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массовой и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:**

- методологические основы имиджологии;
- структуру имиджа, его составляющие, функции и значения;
- инструментарий имиджологии и методики его использования;
- имиджевые стратегии;
- технологии формирования и продвижения корпоративного имиджа в арт-бизнесе;
- технологии формирования и продвижения персонального имиджа в арт-бизнесе.

**Уметь:**

- применять технологии и инструментарий имиджологии для решения практических задач по формированию и продвижению имиджа в целевых аудиториях арт-бизнеса;
- управлять корпоративным имиджем;

- управлять персональным имиджем
- корректировать корпоративный имидж;
- корректировать персональный имидж;
- осуществлять репозиционирование организации и физических лиц с помощью технологий имиджмейкинга.

**Владеть:**

- методологией анализа корпоративного и персонального имиджа;
- стратегического и ситуативного анализа корпоративного и персонального имиджа;
- технологиями трансформации корпоративного и персонального имиджа;
- прикладными технологиями имиджмейкинга.

**Приобрести опыт деятельности:** формировании и продвижении корпоративного и персонального имиджа.

#### **4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов). Дисциплина реализуется в 3-4 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 3 семестре, экзамен – в 4 семестре.