

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 02.07.2021 13:16:45
Уникальный программный идентификатор:
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
Протокол № 15 от 16 июня 2017 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В. ОД. 17 МЕНЕДЖМЕНТ РЕКЛАМЫ И ВИЗУАЛЬНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ**

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
Профиль подготовки – Реклама и визуальные коммуникации
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная, заочная

Составитель:
Доктор философских наук, профессор
кафедры арт-бизнеса и рекламы

(подпись) Морозов Сергей Александрович
(Ф.И.О.)

Краснодар
2017

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: формирование у обучающихся знаний о рынке рекламы и визуальных коммуникаций, способах взаимодействия и управления его субъектами, освоение обучающимися теоретических положений и основных принципов управления рекламой и визуальными коммуникациями, навыков и умений по принятию эффективных решений по управлению рекламной деятельностью и визуальными коммуникациями в профессиональной деятельности

Задачи:

- формирование у обучающихся представлений о сущности и содержании менеджмента рекламных и визуальных коммуникаций;
- выработка у обучающихся понимания основных теоретических и практических подходов к проблеме управления рекламой и визуальными коммуникациями в современном медийном пространстве;
- ознакомление обучающихся с технологиями работы с коммуникационными агентствами различных типов;
- изучение обучающимися структуры и функций различных служб в области рекламы и визуальных коммуникаций;
- изучение формирования различных принципов управления планированием и организацией коммуникативной активности организаций / предприятий в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- формирование у обучающихся представлений о стратегическом и оперативном планировании коммуникативной деятельности в сфере рекламы и визуальных коммуникаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций» относится к обязательным дисциплинам вариативной части цикла. Для ее изучения требуются знания по изучаемым ранее дисциплинам: «Основы теории коммуникации», «Основы рекламного маркетинга», «Технологии визуальных коммуникаций», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Мультимедиа в современных коммуникациях», «Исследования в рекламной деятельности», «Информационные технологии и smm-продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях», «Теория и практика рекламы»/ «Основы рекламной деятельности», «Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах» / «Теория и практика социальной рекламы» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

- а) общепрофессиональных компетенций (ОПК):** способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

б) профессиональных компетенций (ПК): способность работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- основные виды рекламной деятельности и визуальных коммуникаций;
- функции менеджмента, формы управления рекламной деятельностью и визуальными коммуникациями;
- основные виды рекламных мероприятий и мероприятий в сфере визуальных коммуникаций, их классификацию;
- виды коммуникативных средств применяемых для достижения конкретной коммуникативной цели в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- цели коммуникативных кампаний в сфере рекламы и визуальных коммуникаций и их соответствие коммуникативной стратегии заказчика;
- соответствие видов коммуникативных мероприятий в сфере рекламы и визуальных коммуникаций запросам целевой аудитории;
- стратегию и тактику планирования коммуникативных мероприятий в сфере рекламы и визуальных коммуникаций.

Уметь:

- определить доминирующие типы коммуникационных процессов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- планировать и реализовывать основные виды деятельности в рекламе и визуальных коммуникациях;
- выстраивать эффективную структуру управления рекламой и визуальными коммуникациями;
- анализировать эффективность деятельности в сфере рекламы и визуальных коммуникаций.

Владеть:

- разработкой коммуникационной политики и стратегии организации в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- разработки коммуникативных кампаний в сфере рекламы и визуальных коммуникаций с учетом динамики развития рынка и предпочтений потребителей;
- технологиями управления моделирования и создания рекламных и коммуникативных визуальных продуктов.
- проведением рекламных кампаний и мероприятий, коммуникационных кампаний в области визуальных коммуникаций;
- анализом и прогнозированием эффективности рекламной и визуально-коммуникативной деятельности.

Приобрести опыт деятельности: применения методологии и методики исследований и разработки коммуникативных проектов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций; планирования, осуществления и анализа эффективности деятельности в области рекламных и визуальных коммуникаций.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа)..
Дисциплина реализуется в 7 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачеты в 7 семестре.