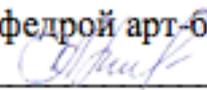


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«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 2016г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1. В. ДВ 2.2 СОЦИАЛЬНЫЕ PR-ПРОЕКТЫ В АРТ-БИЗНЕСЕ

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:

Терещенко Л.В.,

кандидат культурологии,

доцент кафедры арт-бизнеса и

рекламы



**Краснодар
2016**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины – дать студентам основы знаний о социальных PR-проектах в арт-бизнесе, сформировать навыки разработки, планирования и проведения социальных PR-проектов.

Задачи: дать базовые знания по социальному PR, познакомить со спецификой PR-проектирования в арт-бизнесе, сформировать навыки планирования и проведения социальных PR-проектов в арт-бизнесе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Социальные PR-проекты в арт-бизнесе» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1. Для ее изучения студентам необходимы знания, умения и навыки, приобретенные и сформированные при освоении таких дисциплин, как «Проектный менеджмент в сфере культуры», «Создание художественно-творческого продукта», «Интегрированные коммуникации», «Связи с общественностью в арт-бизнесе».

Дисциплина «Социальные PR-проекты в арт-бизнесе» является предшествующей для таких дисциплин, как «Менеджмент арт-объектов», «Маркетинг арт-объектов», «Менеджмент некоммерческих организаций», «Маркетинг некоммерческих организаций» 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) общепрофессиональных (ОПК)

- способностью 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) способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8);

- владением навыками участия в разработке и реализации различного типа проектов в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать: специфику социальной PR-деятельности в арт-бизнесе, соответствие формы и содержания PR-продукта, место PR-услуги в системе маркетинга в арт-бизнесе; иметь представление о средствах PR, технологиях разработки, организации и проведения PR-мероприятий.

Уметь выделять сегменты и целевые группы PR-воздействия в арт-бизнесе, создавать креативные PR-проекты социальной направленности в арт-бизнесе.

Владеть навыками организации и проведения PR-проектов социальной тематики в сфере арт-бизнеса.

Приобрести опыт деятельности: по разработке концепции PR-проектов социальной направленности в арт-бизнесе.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). Дисциплина реализуется в 7 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачет в 7 семестре.