


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 идентификатор документа:  
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

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

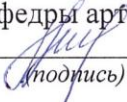
Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ  
Зав.кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
  
А.В.Кудинова  
Протокол № 15 от 16 июня 2017 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.Б.10 СОЗДАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКОГО ПРОДУКТА**

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

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Создание художественно-творческого продукта» относится к дисциплинам по выбору вариативной части. Для освоения дисциплины необходимы знания дисциплин: «Основы рекламы», «Основы теории коммуникации», «Фотографика», «Технологии визуальных коммуникаций», «Брендинг», «Управление имиджем и репутацией в рекламе и визуальных коммуникациях», «Рекламный дизайн», «Теория и практика рекламы». Изучение дисциплины «Создание художественно-творческого продукта» необходимо для последующего освоения знаний по дисциплинам: «Предпринимательская и проектная деятельность», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Информационные технологии в рекламе и визуальных коммуникациях», «Мультимедиа в современных коммуникациях», «Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях», «Социальный брендинг», «Современное визуальное проектирование в городской среде и медиа-арт».

## 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 самоорганизации и самообразованию (ОК-6);

**б) общепрофессиональных компетенций (ОПК):** способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись,

хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1); способность использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОПК-4); 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).

**в) профессиональных компетенций (ПК):** способностью самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7).

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 рекламы и визуальных коммуникаций;
- основы методологии и методики научных исследований в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;
- технологии проектирования, создания и продвижения художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности создания художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;

**Уметь:**

- анализировать художественно-творческие продукты и услуги, целевые рынки и целевые аудитории и создавать уникальное торговое предложение различными средствами в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- на основе прикладного научного анализа выстраивать стратегию продвижения художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий;
- создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;

**Владеть:**

- теоретическими и прикладными основами научного анализа области создания художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением деятельностью в области создания художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;

- функциями основных участников и составляющих процесса в области создания художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации процессами разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- современным отечественным и зарубежным опытом в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций

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

#### **4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц (288 часов). Дисциплина реализуется в 2-4 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачеты во 2 и 3 семестрах, экзамен – в 4 семестре.