


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 ключ:
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.ДВ.3.2 УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНЫМИ ПРОЕКТАМИ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Реклама и визуальные коммуникации

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:
кандидат философских наук старший преподаватель
кафедры арт-бизнеса и рекламы

 Куликов А.Ю.
(подпись) (Ф.И.О.)

Краснодар
2017

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: освоение теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения. Обучение студентов основам креативной деятельности в рекламе и освоению комплексных подходов при создании рекламных продуктов.

Студенты изучают теоретические аспекты креативной деятельности и получают практические навыки в создании креативных продуктов.

Задачи:

- обучение практическим навыкам и умению создавать креативные продукты;
- развитие профессионального мастерства и видения специалиста по рекламе;
- обучение созданию и использованию брифа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Управление креативными проектами» относится к дисциплинам по выбору вариативной части. Для ее изучения необходимы знания, полученные в ходе изучения дисциплин: Б1.В.ДВ.2 «Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах», Б1.В.ОД.11.1 «Брэндинг и проектирование потребительской культуры».

Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

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) профессиональных (ПК): 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:

- основы теории рекламного творчества, современных креативных техник и технологий в рекламе;
- методы и приемы активизации творческих идей при создании продукта в арт-бизнесе и рекламе;

Уметь:

- производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в творческий продукт;
- управлять основными этапами креативного процесса;

- генерировать новые идеи;
- применять на практике полученные теоретические знания.

Владеть:

- разработка творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения творческих задач по разработке коммуникационной стратегии;
- разработка творческих идей по брифу;

Приобрести опыт деятельности: в создании, размещении определении эффективности креативных продуктов.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц (360 часов). Дисциплина реализуется в 6-8 семестре. Форма промежуточной аттестации - экзамен в 8 семестре.