


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Создание и продвижение творческого продукта»

по направлению 51.03.01 «Культурология» (бакалавриат)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей продвижения и разработки эффективных комплексных стратегий в связи со спецификой производимых творческих и культурных продуктов и необходимостью их распространения и коммерциализации в том числе за счет digital-средств и инструментов.


Задачи освоения дисциплины:

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга, в т.ч. в сети Интернет
- изучение инструментов и форматов продвижения, в т.ч. в сети Интернет;
- анализ основных рекламных площадок, в т.ч. в Интернет;
- изучение существующих методов реализации информационных кампаний и интернет- проектов в сфере культуры и искусства;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля продвижения культурного продукта, в т.ч. в сети Интернет.

В результате освоения дисциплины студент должен знать: - типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью маркетинговых инструментов, применимых для продуктов сферы культуры и искусства; - виды и особенности использования различных маркетинговых инструментов применительно к специфике культурного продукта; - методы прогнозирования спроса на культурные продукты при помощи систем анализа спроса в интернете; - методы анализа эффективности и аналитики инструментов Digital-рекламы; - этапы работ при реализации маркетинговых задач в цифровой среде. Должен уметь: - выстраивать отношения с подрядчиками услуг по маркетингу; - настраивать различные системы Digital-рекламы и веб-аналитики. Должен владеть: навыками - разработки стратегии Digital-маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач реализации маркетинговой стратегии для культурного продукта; - создания системы анализа эффективности проводимых мероприятий в Digital-маркетинге сферы культуры и искусства. Должен демонстрировать способность и готовность: - использовать инструменты маркетинга в Интернете и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний, -оценивать эффективность как акций Digital маркетинга так и традиционных акций и информационных кампаний при помощи интернет инструментов. - разрабатывать стратегии Digital-маркетинга и выбирать каналы цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии по продвижению культурного продукта.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина является обязательной и относится к основной части Блока Б1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Дисциплина читается в 4-ом семестре студентам

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

очной формы обучения. **Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения у студентов должны быть самые общие представления о том, как функционирует сеть Интернет и самое общее представление о назначении рекламы и PR, а также знания о разнообразии продуктов сферы культуры и искусства, для которых востребованным является их продвижение. Дисциплина базируется на отдельных компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения предшествующих дисциплин учебного плана:

- Этнография и фольклор народов России
- Основы современной государственной политики в сфере культуры
- Социокультурная деятельность
- Менеджмент в социокультурной сфере.

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении следующих специальных дисциплин:

- Культурные и креативные индустрии
- Научно-исследовательская работа
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-4 Способен ориентироваться в проблематике современной государственной культурной политики Российской Федерации	Знать: теоретические основы маркетинга культуры, практические разработки по современным цифровым площадкам и каналам, релевантным для поиска информации и изучения рыночной конъюнктуры в сфере культуры и искусства Уметь: осуществлять поиск, анализировать и интерпретировать комплексные цифровые данные для разработки эффективной digital-стратегии в сфере культуры и искусства для её непосредственного использования в профессиональной деятельности Владеть: методами реализации интернет-проектов для разработанных культурных продуктов сферы культуры и искусства


4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы (**72** часа).

1. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

- подготовка публичных презентаций и обсуждение докладов;
- работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний)
- выполнение, презентация и защита проектного задания.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;

- подготовка докладов;
- подготовка индивидуального проекта
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях
- подготовка к зачету и пр.

4. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, разбора ситуаций).

Промежуточный контроль осуществляется путем подготовки докладов, презентаций, выполнение домашних заданий и подготовка индивидуального проекта.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.

5.