

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1. В.06. Арт-бренды в современных СМИ»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: - освоение феномена реализации брендинговых стратегий в современном культурно- информационном пространстве.

Задачи дисциплины - познакомить студентов с современными концепциями брендинга;
 - изучить различные подходы к реализации брендинга в области культуры;
 - рассмотреть различные составляющие культурного брендинга;
 - освоить концепцию национального брендинга.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Арт-бренды в современных СМИ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Такие дисциплины, как «Национальные медиасистемы: культурный контекст», «Жанровая динамика в специализированных СМИ», «Культурные практики в современных СМИ» являются предшествующими, необходимыми для ее изучения, а такие дисциплины как «Культурные институты в Европе и США», «Современные культурные индустрии» являются последующими дисциплинами, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом. **Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине <i>(знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))</i>
ПК-03 Способен разработать концепцию авторских проектов, опираясь на потребности общества и интересы аудитории (В/01.7)	
ИПК-3.1. Демонстрирует способность разработать концепцию авторских проектов, опираясь на потребности общества и интересы аудитории	Знает потребности общества и интересы аудитории
	Умеет сочетать интересы и потребности общества при разработке концепции проекта
	Владеет навыками разработки концепции авторского проекта

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Культурный брендинг: специфика управления	17	-	4	3	10

2.	Культурные феномены и культурные бренды	28	-	4	4	20
3.	Кинематограф и его роль в национальном культурном брендинге	31	-	6	5	20
4.	Культурные места как бренд: опыт города и деревни	13	-	4	2	7
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		89	-	18	14	57
Контроль самостоятельной работы (КСР)		8,7				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		10				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (экзамен)

Автор : д.ф.н., доц. М.В.Безрукавая