

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.06.2022 15:05:27
Уникальный программный ключ:
ca953a0170d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Инженерная академия

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и PR в арт-менеджменте

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

07.04.03 Дизайн архитектурной среды

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Параметрический дизайн в архитектурной среде

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Реклама и PR в арт-менеджменте» является формирование целостного представления об основах социально-культурной деятельности и подготовка эффективных управленцев в сфере арт-бизнеса.

Изучение дисциплины «Реклама и PR в арт-менеджменте» предусматривает приобретение практических навыков раскрытия и изучения теории менеджмента в социально-культурной сфере; сформировать теоретические знания и практический опыт в вопросах создания, продвижения и реализации арт-проекта; выработать уверенные навыки продвижения проекта с помощью рекламы и PR-технологий; сформировать навыки делового общения и ведения переговоров.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Реклама и PR в арт-менеджменте» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|------|---|--|
| УК-3 | Способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. |
| | | УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели. |
| УК-6 | Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | УК-6.1. Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности. |
| | | УК-6.2. Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей. |
| ПК-2 | Способность представлять архитектурно-дизайнерскую концепцию и проектные материалы на основе художественно-эстетических ценностей для гармонизации окружающей архитектурной среды, с использованием методов моделирования в параметрическом дизайне при разработке проектов | ПК-2.1. Умеет демонстрировать композиционную грамотность, пространственное воображение, развитый художественный вкус, навыки работы со средствами визуализации проектного замысла; использовать достижения пластических искусств, архитектуры и дизайна при разработке проектов; выбирать оптимальные методы и средства профессиональной коммуникации. |
| | | ПК-2.2. Знает законы визуального восприятия формы и пространства; владеет навыками работы со средствами автоматизации архитектурно-дизайнерского проектирования и компьютерного моделирования; средствами и методами создания и представления проектного замысла в архитектурных, дизайнерских и ландшафтно-планировочных аспектах средовой организации. |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Реклама и PR в арт-менеджменте» относится части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Реклама и PR в арт-менеджменте».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики | Последующие дисциплины/модули, практики |
|------|---|---|--|
| УК-3 | Способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | Арт-менеджмент и маркетинг | Правовая деятельность в сфере арт-менеджмента Государственный экзамен |
| УК-6 | Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | | Государственный экзамен |
| ПК-2 | Способность представлять архитектурно-дизайнерскую концепцию и проектные материалы на основе художественно-эстетических ценностей для гармонизации окружающей архитектурной среды, с использованием методов моделирования в параметрическом дизайне при разработке проектов | Архитектурно-дизайнерское проектирование Нанотехнологии в дизайне архитектурной среды Инженерные системы умного города Галерейное дело | Архитектурно-дизайнерское проектирование Технологическая (проектно-технологическая) практика Преддипломная практика Государственный экзамен |

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Реклама и PR в арт-менеджменте» составляет 6 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | Семестр |
|---|-----------------|---------|
| | | 3 |
| Контактная работа, ак.ч. | 56 | 56 |
| в том числе: | | |
| Лекции (ЛК) | 14 | 14 |
| Лабораторные работы (ЛР) | - | - |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 42 | 42 |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 133 | 133 |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 27 | 27 |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 216 |
| | зач.ед. | 6 |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) | Вид учебной работы |
|--|--|--------------------|
| Раздел 1. Реклама и PR как формы организации творческих проектов | Тема 1.1. Основные задачи искусства в современном мире | ЛК, СЗ |
| | Тема 1.2. Формы организации творческих проектов | ЛК, СЗ |
| | Тема 1.3. Значение форм организации творческой деятельности в развитии искусства | ЛК, СЗ |
| | Тема 1.4. Факторы, влияющие на развитие рекламы | ЛК, СЗ |
| | Тема 1.5. Особенности развития форм PR-компаний | ЛК, СЗ |
| | Тема 1.6. Современное искусство и его влияние на деятельность арт-менеджера | ЛК, СЗ |
| Раздел 2. Мировая и российская реклама | Тема 2.1. Исторические этапы развития и становления мирового рекламного рынка | ЛК, СЗ |
| | Тема 2.2. Законы формирования мировой творческой индустрии как системы | ЛК, СЗ |
| | Тема 2.3. Значение рекламы в жизни общества: позитивные и негативные аспекты | ЛК, СЗ |
| | Тема 2.4. Исторические аспекты развития отечественной рекламы и ее современное состояние | ЛК, СЗ |
| | Тема 2.5. Особенности и характерные черты развития отечественной рекламы | ЛК, СЗ |
| Раздел 3. Производственные аспекты рекламы и PR-компаний | Тема 3.1. Возникновение системы управления производственными процессами в PR-компаниях | ЛК, СЗ |
| | Тема 3.2. Роль управленческой деятельности и ее отражение в системе современной рекламы | ЛК, СЗ |
| | Тема 3.3. Механизмы управления рекламой | ЛК, СЗ |
| | Тема 3.4. Общая характеристика продуктов деятельности рекламы | ЛК, СЗ |
| | Тема 3.5. Значение технологий в арт-менеджменте и их специфика | ЛК, СЗ |
| Раздел 4. Технологии продаж в арт-менеджменте | Тема 4.1. Понятие технологии продаж | ЛК, СЗ |
| | Тема 4.2. Виды стратегий продаж | ЛК, СЗ |
| | Тема 4.3. Особенности ценообразования в сфере дизайна | ЛК, СЗ |

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|---------------|---|--|
| Лекционная | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | Комплект специализированной мебели: технические средства: плазменный телевизор Samsung PS-50 A410C1 |

| Тип аудитории | Оснащение аудитории | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|--|---|--|
| Семинарская | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | Комплект специализированной мебели: технические средства: плазменный телевизор Samsung PS-50 A410C1 |
| Для самостоятельной работы обучающихся | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. | Специализированная аудитория, оснащенная мультимедийным проектором с экраном, компьютерный класс, читальный зал и библиотека |

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Толкачев А., Реклама и PR в арт-менеджменте. Изд-во Эксмо -2009 -352 стр.
2. Важенин, С. Г. Индустрия выставочного бизнеса : (Бизнес-концепция функционирования выст. комплекса в г. Екатеринбурге) / , , ; Рос. акад. наук, Урал. отд-ние, Ин-т экономики. - Екатеринбург : Ин-т экономики УРО РАН, 2004. - 68 с.
3. Суворов, Н. Н. Галерейное дело. Искусство в пространстве галереи: учеб. Пособие / Н. Суворов. - Санкт-Петербург : изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2006. - 199 с.
4. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1.
5. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0217-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884\(19.09.2018\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884(19.09.2018)).
6. Дмитриева, Л. М. Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии [[Текст]]. Сборник трудов XVI национальной научно-практической конференции студентов и аспирантов. (Омск, 21-22 апреля 2017 г.) / [Науч. ред. Л. М. Дмитриева] ; Министерство образования и науки РФ Администрация города Омска Департамент информационной политики и информационных отношений Омский государственный технический университет Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения [Электронный ресурс]. - Омск : ОмГТУ, 2017. 113 с. URL: <http://dlib.rsl.ru/rs101009000000/rs101009572000/rs101009572162/rs101009572162.pdf>

Дополнительная литература:

1. Литвинов, В. В. Практика современной экспозиции / В. Литвинов. - М. : РУДИЗАЙН, 2005. - 349 с.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:
 - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
 - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
 - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
 - ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
 - ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
 - ЭБС «Троицкий мост»
2. Сайты министерств, ведомств, служб, производственных предприятий и компаний, деятельность которых является профильной для данной дисциплины:
 - <https://www.mos.ru/mka/>
 - <http://www.minstroyrf.ru/>
3. Базы данных и поисковые системы:
 - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>
 - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
 - поисковая система Google <https://www.google.ru/>
 - реферативная база данных SCOPUS
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:

1. Курс лекций по дисциплине «Реклама и PR в арт-менеджменте».
2. Методические указания по выполнению и оформлению курсовой работы/проекта по дисциплине «Реклама и PR в арт-менеджменте».

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Реклама и PR в арт-менеджменте» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

РАЗРАБОТЧИКИ:**Доцент департамента архитектуры****Соловьева А.В**

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

**Старший преподаватель
департамента архитектуры****Терехина Е.С.**

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**Директор департамента
архитектуры****Бик О.В.**

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**Доцент департамента архитектуры****Соловьева А.В**

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.