

АННОТАЦИЯ
«Рекламные технологии в сфере культуры»

Ожидаемые результаты	Учебная дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями: ОПК-6 (способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности); ОПК-7С (иметь знания, владеть умениями и навыками организации и проведения социально-культурной деятельности); ПК-11 (владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения); ПК-11С (владеть основными рекламными технологиями в сфере культуры); ПК-18С (способностью организовывать творческо-производственную деятельность учреждений культуры); ПК-1С (владеть навыками менеджмента в сфере культуры и искусства).
Содержание курса	Технологии рекламной деятельности в сфере культуры. История возникновения и развития рекламных технологий. Сущность, содержание и стратегии рекламной деятельности в сфере культуры. Понятие бренда и технологии брендинга. Рекламный текст и его особенности: слоган, заголовок, основной текст и рекламные реквизиты. Имидж и фирменный стиль учреждения культуры. Рекламная кампания: цели и методы проведения. Рынок рекламы и его участники. Перспективы развития рекламного рынка в сфере культуры.
Промежуточная аттестация	Зачет