

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.3.ДВ.2.2.СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

53.03.02 МУЗЫКАЛЬНО-ИНСТРУМЕНТАЛЬНОЕ ИСКУССТВО ПРОФИЛЬ ФОРТЕПИАНО

1. Цели и задачи дисциплины.

Цель дисциплины – достижение понимания студентами значимости установления профессиональных и социальных связей с широкой общественностью в успешной профессиональной деятельности, популяризации музыкального искусства и культуры.

Задачи дисциплины: формирование знаний о сущности PR-деятельности; усвоение теоретических основ и специфики осуществления PR-деятельности; приобретение навыков применения полученных в ходе обучения знаний для анализа конкретных практических ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.

Дисциплина «Связи с общественностью» входит в Цикл дисциплин по выбору Профессионального цикла. Изучение дисциплины тесно связано с дисциплинами «История музыки (отечественной, зарубежной)», «Музыка второй половины XX – XXI вв.», «Культурология», «Музыкальный менеджмент».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: ОК-6

В результате освоения дисциплины и прохождения практики студент должен:

Знать: теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, методы изучения рыночной конъюнктуры; роль, принципы и функции маркетинга, технологию проведения социологических и маркетинговых исследований; современные методы планирования и организации маркетинговых исследований; современные методы сбора, анализа и представления маркетинговой информации; пути повышения эффективности форм и методов коммуникаций с основными целевыми аудиториями компании;

Уметь: выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятии; анализировать рыночные возможности, разрабатывать стратегию продвижения нового продукта.

Владеть: основами планирования, анализа и контроля мер по стимулированию сбыта, связям с общественностью, рекламной деятельности и личным продажам; традиционными и современными маркетинговыми технологиями, навыками проведения ситуационного анализа; методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции; навыками организации маркетинговых исследований; опытом международного маркетинга при разработке стратегий выхода на внешний рынок.

4. Содержание дисциплины. Основные принципы и приемы PR-деятельности в области музыкального искусства. Методы, формы организации PR-деятельности в сфере музыкального искусства и культуры. Сочетание педагогической деятельности и PR-деятельности в области музыкального искусства, образования и культуры. PR-проекты в области музыкального искусства, культуры и образования.

5. Трудоемкость дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы.

6. Образовательные технологии.

В программе дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (презентация, творческий проект, бизнес-проект). Эти технологии в сочетании с внеаудиторной работой решают задачи формирования и развития общекультурных и профессиональных компетенций бакалавров.

7. Итоговая аттестация качества усвоения знаний

Итоговая аттестация проводится в форме зачета.