

# КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

## Б1.О.05

### 1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Коммуникации в сфере креативной экономики» состоит в формировании у магистрантов системы знаний об актуальных реалиях коммуникационной деятельности в современной экономике, а так же теоретических и практических направлениях применения знаний в сфере креативной экономики.

Основными задачами дисциплины являются:

- обозначение концептуальных направлений изучения коммуникаций в современной экономической среде;
- выявление особенности креативных отраслей и их вклада в экономику;
- определение государственное влияние на развитие креативной экономики в качестве нового направления инновационного бизнеса;
- изучение взаимодействия коммуникаций с бизнес-средой, общественными и государственными институтами;
- формирование навыков использования знаний коммуникационных концепций при решении актуальных экономических проблем, таких как: экономический кризис, повышение актуальности и конкурентоспособности бизнеса, выявление новых стратегических направлений развития бизнес-систем, продвижение инновационных решений для обеспечения эффективного функционирования организации в новых экономических условиях и быстро меняющейся «внешней среде окружения».

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Учебная дисциплина «Коммуникации в сфере креативной экономики» - дисциплина базовой части цикла Б1 «Дисциплины (модули)», изучается в первый год обучения в магистратуре вместе с такими дисциплинами, как «Психологические исследования в рекламе и СО», «Тенденции развития рекламы и связи с общественностью», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Инновационные практики в коммуникационном менеджменте», «Медиа Рилейшнз (продвинутый уровень)».

Курс «Креативная экономика» базируется на циклах общих фундаментальных, естественно-научных и обще профессиональных дисциплинах, таких как: экономика, философия, культура, социология и коммуниктивистика. Данная дисциплина обеспечивает подготовку специалистов в области теоретических и методологических основ как рекламы так и экономики, являясь связующим звеном данных дисциплин.

Изучение опыта теоретиков и практиков в сфере креативных отраслей экономики позволяет лучше оценить характер и особенности инновационного развития международной экономики в целом, исследовать основные тенденции стратегических изменений в коммуникационной бизнес-среде. Причем, особое место необходимо отвести Британскому опыту – лидеру в развитии и формировании креативной экономики и инновационной индустрии, который в этом отношении представляет интерес так же для российской экономики при подготовке специалистов высокого уровня знаний, необходимых для дальнейшей профессиональной работы в рекламной деятельности.

Для успешного освоения учебной дисциплины магистранты должны обладать знаниями тенденций развития рекламы и связей с общественностью, владеть ключевыми понятиями классических и современных макро- и микро- коммуникационных концепций, понимать их взаимосвязь с экономической деятельностью, уметь использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии при организации коммуникационных компаний и проектов в различных сферах экономики.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины «Коммуникации в сфере креативной экономики» направлен на формирование следующих компетенций:

**ОПК – 1** - способность планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей и иных знаковых систем;

**ОПК- 2** - способность анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

**ПК-7** - способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте, интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции;

**УК-4** - способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **Знать:** основные принципы интеграции коммуникативных средств; стратегические и тактические задачи коммуникации.
- **Уметь:** планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия, управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.
- **Владеть:** навыками управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, с целью обеспечения их качества и эффективности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов.