

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зенгин Сергей Семенович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.07.2022 12:38:40
Уникальный программный ключ:
6a5d8615911b6f6409e56c2d701686fe076872fb

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

**Аннотации
программ практик
по основной профессиональной образовательной программе**

Направление подготовки: 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки: Арт-бизнес и реклама

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная, заочная

Год начала подготовки – 2020

Б2.О.01(У) ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Цели учебной практики: ознакомление студентов с основными видами деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки

Задачи учебной практики:

- формирование у студентов основ понимания специфики и статуса различных видов деятельности в сфере профессиональной подготовки;
- освоение студентами основ анализа основных контексты социального взаимодействия;
- освоение студентами навыков и умений использования основных положений и методов социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализе социально значимых проблем и процессов;

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика относится к обязательной части Блока 2 «Практики». Учебная ознакомительная практика предполагает освоение студентами дисциплин «Русский язык и культура речи», «Безопасность жизнедеятельности», «История», «Деловые коммуникации», «Основы права», «Экономическая теория», «История рекламы», «Имиджелогия», «Основы саморганизации личности в процессе обучения и профессиональной деятельности».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
Способен использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5)	основы теоретических и практических знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	использовать в практической познавательной деятельности в профессиональной сфере базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	опытом применения в практической познавательной профессиональной сфере базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук
Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7)	основы анализа теоретических и прикладные аспекты основных контекстов социального взаимодействия	использовать в профессиональной деятельности под руководством принципы и результаты анализа теоретических и прикладные аспекты основных контекстов социального взаимодействия	опытом применения в профессиональной деятельности под руководством принципы и результаты анализа теоретических и прикладные аспекты основных контекстов

			социального взаимодействия
Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	основы методологии и технологий управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	применять под руководством - основы и методологии и методики управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	опытом использования под руководством основ методологии и методики управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий
Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	основы теории и практики рекламы в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	участвовать под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	опытом участия под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	основные концептуальные подходы к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы	участвовать под руководством в определении основных концептуальных подходов к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы	опытом участия в определении под руководством методологии к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы

Б2.О.02(П) ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Цели практики: практическое закрепление теоретических знаний и прикладных компетенций; участие под руководством в профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки; сбор материала для подготовки выпускной квалификационной работы; анализа деятельности предприятий, учреждений и организаций в арт-бизнесе;

Задачи:

- освоение на практике профессиональных навыков и умений в сфере профиля подготовки;
- формирование умений и навыков оформления результатов производственной деятельности и научно-исследовательской работы;
- освоение студентами основных принципов научно-исследовательской работы;
- освоение студентами основных методов информационной эвристики.

2. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика относится к обязательной части Блока 2 «Практики» и предполагает завершение формирования профессиональных умений и навыков на основе полученных в образовательном процессе компетенций.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СОТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	Владеть
Способен использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5)	<ul style="list-style-type: none">• базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	<ul style="list-style-type: none">• использовать базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	<ul style="list-style-type: none">• опытом использования в сфере профиля профессиональной подготовки базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности
Способность разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	<ul style="list-style-type: none">• технологии разработки бизнес-проектов в арт-бизнесе и рекламе	<ul style="list-style-type: none">• выбирать для практического использования технологии бизнес-проектирования в арт-бизнесе и рекламе	<ul style="list-style-type: none">• опытом выбора для практического использования технологий бизнес-проектирования в арт-бизнесе и рекламе

<p>Способен применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • основные концепции и методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием современных коммуникационных технологий 	<ul style="list-style-type: none"> • использовать под руководством основных концепций и методов управления арт-бизнесом и рекламой с использованием современных коммуникационных технологий 	<ul style="list-style-type: none"> • опытом практического применения под руководством основ теории и практики управления арт-бизнесом и рекламой
<p>Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • основы теории и практики рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции 	<ul style="list-style-type: none"> • использовать в профессиональной деятельности под руководством знания по теории и практике рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции 	<ul style="list-style-type: none"> • опытом использования в профессиональной деятельности под руководством знания по теории и практике рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции
<p>Способность управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • практику организации и проведения под руководством прикладных научных исследований и использования их результатов в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> • использовать в практике профессиональной деятельности под руководством прикладных научных исследований и их результатов в сфере арт-бизнеса и рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> • опытом организации и проведения в профессиональной деятельности под руководством прикладных научных исследований и их результатов в сфере арт-бизнеса и рекламы

Б2.О.03(П) ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

Цели практики: практическое закрепление теоретических знаний и прикладных педагогических компетенций в разработке и использовании учебно-методических материалов в области дополнительного образования

Задачи:

- освоение на практике профессиональных навыков и умений в сфере разработки и реализации учебно-методических материалов в области дополнительного образования;
- освоение студентами основных принципов и технологий педагогической деятельности в области дополнительного образования.

2. МЕСТО ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика относится к обязательной части Блока 2 «Практики» и предполагает формирование профессиональных умений и навыков на основе полученных в образовательном процессе компетенций в области педагогической деятельности в области дополнительного образования. Практика базируется на освоенных дисциплинах «Педагогика» и «Психология».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СО-ОТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	Владеть
Способен принимать участие в образовательном процессе, используя разработанные методические материалы, различные системы и методы преподавания (ОПК-4)	<ul style="list-style-type: none">• методологию и методику разработки методических материалов для системы дополнительного образования	разрабатывать учебно-методические материалы для системы дополнительного образования	<ul style="list-style-type: none">• опытом разработки учебно-методических материалов и проведения занятий в системе дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки

Б2.О.04 (П) ПРОЕКТНАЯ ПРАКТИКА

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цели практики: формирование у обучающихся системы знаний о проектной деятельности и практических умений и навыков в творческом проектировании области в области арт-бизнеса и рекламы, навыков подготовки пакета проектных документов, необходимых для успешного выполнения профессиональных обязанностей в сфере профиля профессиональной подготовки.

Задачи:

- формирование у обучающихся системы знаний о проектной деятельности;
- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении арт-бизнес- и рекламной продукции, включая текстовые и графические, презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы.

2. МЕСТО ПРОЕКТНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика относится к обязательной части Блока 2 «Практики» и предполагает завершение формирования профессиональных умений и навыков на основе полученных в образовательном процессе компетенций в области проектной деятельности.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СО- ОТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	Владеть
Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности (ОПК-2)	основы теории и практики проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; основы методологии и методик гуманитарных наук	применять основы методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы	опытом применения основ методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы
Способен использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5)	основы теории и практики проектной деятельности с использованием базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной дея-	применять базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рек-	опытом применения в практической проектной деятельности базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в сфере арт-бизнеса и рек-

	тельности в профессиональной сфере	ламы	ламы
Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7)	основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	применять основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	опытом использования основ методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе
Способность разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	области практического применения разработки бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	определять целевые сегменты и осуществлять SWOT-анализ на конкурентных рынках бизнес-проектов в области арт-бизнеса и рекламы	опытом использования технологий проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы
Способен применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	основы методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектировании в арт-бизнесе и рекламе с использованием информационно-коммуникативных технологий	применять под руководством основы методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектировании с использованием информационно-коммуникативных технологий в арт-бизнесе и рекламе	опытом использования под руководством основ методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектировании с использованием менеджмента и маркетинга информационно-коммуникативных технологий в арт-бизнесе и рекламе
Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	основы теории и практики проектной деятельности	применять под руководством технологии проектной деятельности в области рекламы в сфере арт-бизнеса	опытом использования под руководством технологий проектной деятельности в рекламе в сфере арт-бизнеса

<p>Способность управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)</p>	<p>теорию и практику творческого проектирования и организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в проектной деятельности под руководством в сфере арт-бизнеса и рекламы</p>	<p>применять в профессиональной деятельности под руководством принципов и технологий проектирования на основании использования результатов прикладных научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы</p>	<p>опытом применения в профессиональной деятельности под руководством принципов и технологий проектирования на основании использования результатов прикладных научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы</p>
--	---	--	--

Б2.О.05(П) ПРЕДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Цели практики: практическое закрепление теоретических знаний и подготовка текста выпускной квалификационной работы на основе глубокого изучения теоретической проблемы и выполнения научно-теоретической проблемы для или научного исследования прикладной научной проблемы практики работы предприятий, учреждений и организаций в сфере арт – бизнеса и рекламы.

Задачи:

- развитие и применение обучающимися общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретенного практического опыта для выполнения и защиты выпускной квалификационной работы;
- приобретение навыков подготовки и проведения количественных и качественных исследований, анализа и интерпретации первичной и вторичной информации,
- приобретение навыков практического анализа тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработки концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и проектных разработок в области арт-бизнеса и рекламы;
- подбор и анализ материала для выполнения выпускной квалификационной работы;
- проверка готовности выпускника к самостоятельной трудовой деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Практика относится к обязательной части Блока 2 «Практики». Преддипломная практика позволяет закрепить знания, полученные при изучении следующих дисциплин: «Фотография», «Теория и практика арт-бизнеса и рекламы» «Экономика организации малого бизнеса», «Интегрированные коммуникации», «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе», «Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе», «Исследования в арт-бизнесе и рекламе», «Бизнес-планирование», «Современная массовая культура», «Управление креативными проектами», «Арт-рынок современного искусства», «Визуальные объекты массового восприятия», «Психология рекламы / Психология творчества», «Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе» / «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Аудио-видеопроизводство коммуникационного продукта» / «Аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и рекламе», «Брендинг и проектирование потребительской культуры» / «Социальный брендинг», «Копирайтинг» / «Креолизованные тексты».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	Владеть
Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности (ОПК-2)	методологию и методы гуманитарных наук; принципы участия в научных дискуссиях; технологии публичного представления результатов научных исследо-	применять в прикладных научных исследованиях в области арт-бизнеса и рекламы методологию и методы гуманитарных наук, принципы участия в научных дискуссиях, технологии публичного представления резуль-	опытом применения методологии и методов гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы; опытом использования принципов участия в научных дис-

	ваний	татов научных исследований	куссиях в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы; опытом использования технологий публичного представления результатов научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы
Способен использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5)	основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук	применять в практике профессиональной деятельности основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук	опытом применения в практике профессиональной деятельности основ базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук
Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7)	основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	применять - основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	опытом использования основ методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе
Способность разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	формы бизнес-проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы	разрабатывать под руководством и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы	опытом разработки и реализации под руководством бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы
Способен применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	методологию и методы менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рек-	применять под руководством технологии менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	опытом применения под руководством технологий менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-

(ПК-2)	ламы		бизнеса и рекламы
Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	теория и практика рекламной деятельности	применять теорию и практику рекламной деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	опытом применения теории и практики рекламной деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
Способность управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	применять в профессиональной деятельности теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	опытом использования в профессиональной деятельности методологии и методики организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы