

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Зенгин Сергей Семенович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 02.07.2021 13:16:55  
Уникальный программный ключ:  
6a5d8615911b6f6409e56c2d301686fe076872cb

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

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

ПРИНЯТО:  
Решением Ученого Совета  
Краснодарского государственного  
института культуры  
«27» июля 2017 года  
Протокол № 7

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор Краснодарского  
государственного института  
культуры  
С.С. Зенгин  
27 июля 2017 года



**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования**

Направление подготовки  
**50.03.01 Искусства и гуманитарные науки**

Квалификация  
**Бакалавр**

Направленность (профиль)  
**Реклама и визуальные коммуникации**

Форма обучения – **заочная**  
(Год начала подготовки 2017)

Краснодар, 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....  | 3  |
| 1.1. Правовые основы реализации образовательной программы.....  | 3  |
| 1.2. Миссия, цель и задачи образовательной программы.....   | 3  |
| 1.3. Планируемые результаты освоения образовательной программы.....   | 4  |
| 1.3.1. Требования к абитуриенту.....  | 4  |
| 1.3.2. Компетенции обучающихся, формируемые в процессе освоения образовательной программы.....                                  | 4  |
| 1.3.3. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине и практике  | 6  |
| 1.4. Общая характеристика образовательной программы.....  | 31 |
| 1.4.1. Квалификация, присваиваемая выпускникам.....   | 31 |
| 1.4.2 Область профессиональной деятельности выпускников.....  | 31 |
| 1.4.3 Объекты профессиональной деятельности выпускников.....  | 31 |
| 1.4.4 Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники.....   | 31 |
| 1.4.5. Направленность образовательной программы.....  | 31 |
| 1.4.6. Планируемые результаты освоения образовательной программы.....   | 31 |
| 1.4.7. Объем, структура и срок освоения образовательной программы .....   | 34 |
| 1.4.8. Сведения о профессорско-преподавательском составе .....  | 34 |
| 2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ..... | 35 |
| 2.1. Учебный план.....  | 35 |
| 2.2. Календарный учебный график.....  | 35 |
| 2.3. Рабочие программы дисциплин .....  | 35 |
| 2.4. Программы практик .....  | 35 |
| 3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА .....   | 35 |
| 3.1. Нормативно-правовые основы системы оценки качества освоения ОПОП.....  | 35 |
| 3.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля обучения и промежуточной аттестации обучающихся.....                   | 35 |
| 3.3. Оценочные средства для проведения государственной итоговой аттестации выпускников.....                                     | 36 |
| 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА .....   | 37 |
| 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА .....   | 38 |
| 6. МЕТОДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ .....   | 39 |

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Правовые основы реализации образовательной программы**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки реализуется в Краснодарском государственном институте культуры в соответствии с:

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 22.12.2012 г. № 273-ФЗ;

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05 апреля 2017 г. N 301;

- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, уровень высшего образования бакалавриат, направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2016 г. № 466, зарегистрированным Министерством юстиции РФ 18 мая 2016 г. № 42142 и основной образовательной программой.

- нормативными документами Министерства образования и науки Российской Федерации;

- нормативными документами Министерства культуры Российской Федерации;

- Уставом ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры»;

- локальными актами института.

### **1.2. Миссия, цель и задачи образовательной программы.**

Миссия ОПОП - подготовка разносторонне гуманитарно-образованных специалистов в области научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и визуальных коммуникаций

Цель ОПОП - формирование на основе достижений искусств и современных гуманитарных наук высококвалифицированных всесторонне образованных и творчески активных специалистов в области научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и визуальных коммуникаций.

Задачи ОПОП:

- а) реализация требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки профиль Реклама и визуальные коммуникации;

б) развитие у обучающихся общегуманитарной и профессиональной культуры в области научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;

в) воспитание в ходе образовательного процесса творчески активной, всесторонне развитой личности готовой к непрерывному повышению квалификации в соответствии с требованиями динамики развития культуры и искусства.

### **1.3. Планируемые результаты освоения образовательной программы**

#### **1.3.1. Требования к абитуриенту**

Абитуриент должен представить в приемную комиссию института один из следующих документов об образовании или об образовании и о квалификации:

- аттестат о среднем общем образовании;
- диплом о среднем профессиональном образовании;
- диплом бакалавра;
- дипломом специалиста.

Лица, завершившие обучение до вступления в силу Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» представляют документ государственного образца, завершившие обучение после вступления в силу указанного закона представляют документы образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

#### **1.3.2. Компетенции обучающихся, формируемые в процессе освоения образовательной программы**

1.3.2.1. Выпускник программы бакалавриата должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК)**:

- готовностью к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способностью к поиску и анализу информации, постановки цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- готовностью уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия, в том числе и при работе в коллективе, способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);

- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

1.3.2.2. Выпускник программы бакалавриата должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями (ОПК)**

- способностью понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1);

- способностью анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

- способностью к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и пониманию различий между ними, обусловленных этой природой (ОПК-3);

- способностью использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий, а также с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-5).

1.3.2.3. Выпускник программы бакалавриата должен обладать **профессиональными компетенциями (ПК)**, соответствующими видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата:

**образовательно-педагогическая деятельность:**

- способностью ставить и решать образовательные и педагогические задачи в процессе обучения (ПК-1);

- способностью организовывать творческую и (или) исследовательскую деятельность в организациях, осуществляющих образовательную деятельность (ПК-2);

**научно-исследовательская деятельность:**

- способностью применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-3);

- способностью проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук (ПК-4);

- владением навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, знанием основных библиографических источников и поисковых систем (ПК-5);

- владением навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") представления материалов собственных научных исследований (ПК-6);

**творческая деятельность:**

- способностью самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7);

**организационно-управленческая деятельность:**

- способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8);

**проектная деятельность:**

- способностью разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

**1.3.3. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине и практике**

|             | <b>Наименование дисциплины (практики)</b> | <b>Планируемые результаты обучения по дисциплине (практике). Обучающийся должен:</b>   |
|-------------|---|--|
| <b>Б1</b>   |   | <b>Дисциплины (модули)</b>   |
| <b>Б1.Б</b> |   | <b>Базовая часть</b>   |
| Б1.Б.1      | Философия                                 | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы философских знаний, проблем, идейных течений, школ философской мысли, объект, предмет, метод философии;</li> <li>- основные понятия и категории философии, роль философии в жизни общества, функции философии;</li> <li>- основные общеполитические законы развития, эволюции общества;</li> <li>- основы научной, философской и религиозной картины мира;</li> <li>- основные разделы философского знания, специфику философского понимания человека, сознания, познания;</li> <li>- об условиях формирования личности, свободе и ответственности, о социальных и этических проблемах современного мира.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания основных концепций философии к анализу конкретных мировоззренческих проблем человека и его жизни;</li> <li>- выявлять философские проблемы и вопросы в повседневной жизни и в творчестве, практической художественной деятельности;</li> <li>- применять диалектический метод анализа к исследованию проблем художественного, прикладного творчества, к исследованию человека;</li> <li>- определить значение философии как отрасли духовной культуры для формирования личности, гражданской позиции и профессиональных навыков;</li> <li>- ориентироваться в наиболее общих философских</li> </ul> |

|        |         |   |
|--------|---------|---|
|        |         | <p>проблемах бытия, познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основе формирования культуры будущего гражданина и специалиста.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками теоретической, аналитической работы с первоисточниками, словарями, глоссариями;</li> <li>- диалектическим методом анализа, изучения мировоззренческих, социальных процессов, природных явлений;</li> <li>- навыками философского анализа, теоретической и ситуативной реконструкции социальных явлений и процессов;</li> <li>- способами интерпретации, классификации, измерения социальных процессов, явлений духовной и моральной жизни</li> <li>- философской культурой мышления, навыками философской рефлексии, анализа проблемных ситуаций.</li> </ul>   |
| Б1.Б.2 | История | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- даты важнейших событий отечественной истории и ее периодизацию;</li> <li>- основные понятия и персоналии отечественной истории их характеристики;</li> <li>- конкретно-исторический материал, содержащийся в исторических источниках и рекомендованной учебной и научной литературе;</li> <li>- стержневые положения важнейших исторических документов;</li> <li>- узловые проблемы социально-экономического, политического и культурного развития России;</li> <li>- основные историографические оценки важнейших событий, процессов и явлений отечественной истории.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- раскрывать смысл, значение важнейших исторических терминов и понятий;</li> <li>- работать с научной исторической литературой, иметь навыки сравнительного анализа фактов и явлений общественной жизни на основе исторического материала, применяя методы исторических наук;</li> <li>- сопоставлять исторические события с тем или иным периодом, этапом на основе научной периодизации отечественной истории, определять и обосновывать хронологические рамки отдельных периодов; проявлять в себе качества интеллигентной личности: способность к аналитическому мышлению, диалогу как способу отношения к культуре и обществу;</li> <li>- выражать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся ценностного отношения к историческому прошлому, вкладу народов России, крупных исторических деятелей в достижения мировой цивилизации; давать оценку историческим явлениям, формулировать и обосновывать собственный взгляд на исторические события и отношение к их участникам;</li> <li>- высказывать независимые точки зрения на дискуссионные проблемы отечественной истории;</li> <li>- выражать свое собственное критическое отношение</li> </ul> |

|        |                  |   |
|--------|------------------|---|
|        |                  | <p>к современным событиям общественно-политической жизни, апеллируя при этом к историческому опыту.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами исторических знаний и навыками исторического мышления;</li> <li>- навыками самостоятельной работы с научно-методическим аппаратом исторической науки; приемами самостоятельной работы над историческими источниками;</li> <li>- опытом оценки исторических явлений и персоналий, методикой сравнительно-исторического анализа;</li> <li>- способностью к критическому, аргументированному выражению своей позиции по вопросам, касающимся ценностного отношения к историческому прошлому и современным событиям социально-политического характера</li> </ul>   |
| Б1.Б.3 | Иностранный язык | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику артикуляции звуков, нормативное произношение, транскрипцию, интонацию, основные правила чтения, ритм нейтральной речи в изучаемом языке;</li> <li>- основные речевые формы высказывания: повествование, описание, монолог, диалог, рассуждение;</li> <li>- грамматический минимум: грамматический строй, основы грамматики и необходимых грамматических конструкций, а также грамматической функции на уровне морфологии и синтаксиса;</li> <li>- базовую лексику общего иностранного языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также базовую терминологию своей специальности;</li> <li>- отдельные аспекты страны изучаемого языка в рамках предлагаемых программой сфер общения и тематики (об образе жизни, традициях, истории, культуре, экономике и политике страны изучаемого языка).</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с литературой: художественной, учебной, страноведческой, научно-популярной, научной, справочной, специальной;</li> <li>- читать с различными целями специальную литературу, иметь опыт ознакомительного и изучающего чтение;</li> <li>- фиксировать и анализировать информацию, полученную при чтении;</li> <li>- реферировать, аннотировать и переводить со словарем тексты по выбранной специальности; составлять сообщения, доклады, рефераты, презентации, тезисы прочитанного текста;</li> <li>- адекватно воспринимать иностранную речь в монологической и диалогической форме, а также принимать высказывания профессионального характера на иностранном языке;</li> <li>- составлять диалог в связи с содержанием текста; - принимать участие в беседе на общие и профессиональные темы в ситуациях повседневного</li> </ul> |

|        |                              |  |
|--------|------------------------------|--|
|        |                              | <p>и делового общения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сообщить информацию в рамках страноведческой, общенаучной и общеспециальной тематики;</li> <li>- сравнивать и обсуждать различные аспекты национальной культуры в рамках предлагаемых программой сфер общения и тематики;</li> <li>- извлекать из текста нужную информацию для подготовки высказывания;</li> <li>- делать публичные сообщения с опорой на его план, тезисы, реферат.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- всеми видами чтения (изучающим, ознакомительным, поисковым) литературы разных функциональных стилей и жанров;</li> <li>- языком разных жанров литературы по специальности (статьи из газет, журналов, энциклопедий, словарей, деловые письма, документация по направлению бакалавриата и т.д.);</li> <li>- лексическим минимумом в объеме 4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера;</li> <li>- грамматическими навыками, обеспечивающими коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении;</li> <li>- навыками монологического высказывания: неподготовленной, а также подготовленной в виде сообщения, рефераты, доклады, и диалогической речью, беседой, интервью, дискуссия в ситуациях официального и неофициального общения в пределах изученного языкового материала;</li> <li>- основными навыками письма, а также языком деловой переписки, являющейся неотъемлемой частью делового общения в пределах изученного языкового материала;</li> <li>- необходимой скоростью чтения про себя; навыками разговорно-бытовой речи (владеть нормативным произношением, ритмом речи и применять их для повседневного общения).</li> </ul> |
| Б1.Б.4 | Русский язык и культура речи | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные закономерности функционирования информации в различных ветвях социальной и культурной жизни;</li> <li>- основы делового общения, способствующие развитию общей культуры и социализации личности;</li> <li>- систему организации и функционирования языка и речи, нормативные и стилистические особенности русского языка.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать знания русского языка в профессиональной деятельности, профессиональной коммуникации и при межличностном общении;</li> <li>- выявлять конкретные параметры различных культурных подсистем: социально-психологической сферы, языка, искусства и др. использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач;</li> <li>- выстраивать и реализовывать перспективные линии интеллектуального, культурного, нравственного, и</li> </ul>   |

|        |                                |  |
|--------|--------------------------------|--|
|        |                                | <p>профессионального саморазвития.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- лексическим минимумом общего и терминологического характера;</li> <li>- русским языком и культурой мышления и организации речи, навыками работы с научной и профессиональной литературой;</li> <li>- культурой коммуникации с научно-исследовательскими учреждениями и информационно-аналитическими службами по обмену информацией в анализе духовной сферы общества.</li> </ul>  |
| Б1.Б.5 | Безопасность жизнедеятельности | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правовые основы обеспечения безопасности жизнедеятельности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять проблемы социального характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социальных последствий.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий катастроф, стихийных бедствий.</li> </ul>   |
| Б1.Б.6 | Психология                     | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- предмет и задачи психологии;</li> <li>- основные категории и понятия психологической науки; основные направления в психологии; - основные научные школы и концепции психологии; историю развития представлений о психике человека; структуру психики;</li> <li>- о психологических, индивидуально – личностных, темпераментных и характерологических особенностях человека, внутренней (эмоционально и волевой регуляции его деятельности, основных психических процессов (ощущении, восприятии, внимании, памяти, мышлении и др.);</li> <li>- структуру личности;</li> <li>- общие характеристики познавательных процессов и свойств личности; место и роль процессов познания и самопознания в психическом развитии человека;</li> <li>- самостоятельно разбираться в постановке и решении проблем, связанных со строением и развитием личности и индивидуальности человека.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в основных направлениях психологической науки и практики;</li> <li>- понимать основные закономерности восприятия человеком окружающего мира и его поведение на этой основе;</li> <li>- проводить самоанализ и использовать знания в оценке себя, других людей, межличностного общения и взаимодействия.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятийным аппаратом психологической науки, описывающей аспекты личности, индивидуальности человека, его характерологические и темпераментные особенности, эмоционально,</li> </ul> |

|        |  |   |
|--------|--|---|
|        |  | <p>волевою сферу личности, проблемы познания, мышления, обучения и межличностного взаимодействия;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способами психологической оценки поведения и деятельности человека;</li> <li>- методами психологического воздействия для повышения эффективности профессионального взаимодействия и совместной деятельности; приемами психической саморегуляции.</li> </ul>  |
| Б1.Б.7 | Предпринимательство и проектная деятельность | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, условия, виды предпринимательской деятельности; организационно-правовые формы предпринимательской деятельности;</li> <li>- законодательные и нормативные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность;</li> <li>- технологию бизнес-планирования; методы управления проектами;</li> <li>- организационные структуры управления проектами.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;</li> <li>- эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;</li> <li>- выявлять сущность проблем, возникающих в процессе осуществления предпринимательской деятельности, и находить пути их решения;</li> <li>- выполнять необходимые расчеты, давать объективную оценку результатов деятельности предпринимательской организации с позиций субъектов предпринимательской деятельности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками оценки и выбора организационно-правовой формы предпринимательской деятельности с учетом специализации и размеров организации, условий внутренней и внешней среды предпринимательства;</li> <li>- подготовки исходной информации, обоснования и оценки возможных предпринимательских решений; - подготовки, заключения и исполнения договоров с хозяйственными партнерами, определения размера ущерба при их невыполнении; оценки и выбора путей получения производственных ресурсов и услуг, каналов и способов реализации продукции; оценки результатов предпринимательской деятельности конкретной организации.</li> </ul> |
| Б1.Б.8 | Педагогика                                   | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объект, задачи, основные категории педагогики, методы педагогического исследования;</li> <li>- основы дидактики (понятийный аппарат, методы, формы, принципы, технологии);</li> <li>- основы теории воспитания; основы управления образовательными учреждениями.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- характеризовать образовательную систему России; классифицировать общие формы и методы организации учебной деятельности;</li> <li>- описывать основные проблемы семейного</li> </ul>   |

|        |              |   |
|--------|--------------|---|
|        |              | <p>воспитания;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделять цели, содержание и принципы образовательного процесса.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными педагогическими терминами;</li> <li>- навыками использования знаний различных теорий обучения и воспитания в практике работы.</li> </ul>   |
| Б1.Б.9 | Основы права | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- причины возникновения государства и права;</li> <li>- формы правления и формы государственного устройства государств;</li> <li>- политические режимы; механизм государства; особенности становления современного Российского государства;</li> <li>- Конституцию РФ;</li> <li>- основы конституционного строя РФ; права и обязанности граждан РФ;</li> <li>- права и обязанности государственных институтов РФ;</li> <li>- взаимодействие прав и свобод гражданина и государственных институтов РФ;</li> <li>- гарантия прав и свобод гражданина РФ;</li> <li>- гражданское право РФ;</li> <li>- административное право РФ;</li> <li>- трудовое право РФ;</li> <li>- экологическое право РФ;</li> <li>- семейное право РФ.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сравнивать государственное устройство РФ и других государств;</li> <li>- отличать особенности Российского государства;</li> <li>- определять тоталитарные, авторитарные и демократические режимы в мире;</li> <li>- применять основные права и обязанности Конституции РФ на практике;</li> <li>- применять в своей работе основные положения гражданского, административного, уголовного, экономического и семейного прав;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью применять Конституционные нормы в общественной жизни;</li> <li>- ориентировкой в политических процессах общественной жизни при определении политической позиции во время выборов компаний;</li> <li>- знаниями политических идеологий для занятия активной политической позиции;</li> <li>- знаниями политических идеологий для толерантного поведения в обществе, нетерпимости к радикальным политическим и религиозным экстремистским учениям;</li> <li>- элементарными знаниями в области гражданского, административного, уголовного, экономического и семейного прав.</li> </ul> |

|         |   |   |
|---------|---|---|
| Б1.Б.10 | Создание художественно-творческого продукта | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы разработки художественно-творческих продуктов, коммуникативные и экономические механизмы, технологию, регулирование деятельности по разработки и созданию художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</li> <li>- основы методологии и методики научных исследований в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</li> <li>- технологии проектирования, создания и продвижения художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</li> <li>- методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать художественно-творческие продукты и услуги, целевые рынки и целевые аудитории и создавать уникальное торговое предложение различными средствами в сфере визуальных коммуникаций;</li> <li>- на основе прикладного научного анализа выстраивать стратегию продвижения художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий;</li> <li>- создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретическими и прикладными основами научного анализа области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</li> <li>- анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением деятельностью в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</li> <li>- функциями основных участников и составляющих процесса в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</li> <li>- последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации процессами разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</li> <li>- современным отечественным и зарубежным опытом в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций</li> </ul> |
| Б1.Б.11 | История искусств                            | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные закономерности исторического процесса</li> </ul>   |

|         |   |  |
|---------|---|--|
|         |   | <p>развития искусства;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные особенности искусства Кубани;</li> </ul> <p>категории эстетики;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- эстетические особенности различных эпох;</li> </ul> <p>основные закономерности исторического развития философской мысли;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности исторического развития мировосприятия и религиозной мысли;</li> <li>- основы семиотического анализа.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- критически переосмысливать накопленный опыт;</li> <li>- гуманитарно, толерантно воспринимать культурные различия;</li> <li>- использовать методы анализа, систематизации и обобщения информации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- исследовательскими и аналитическими способностями, системностью, способностью правильно использовать методы и техники анализа;</li> <li>- основами эстетического восприятия;</li> <li>- основными философскими и религиозными концепциями; способом семиотического анализа.</li> </ul> |
| Б1.Б.12 | Основы государственной культурной политики Российской Федерации | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание дисциплины и иметь достаточно полное представление о возможностях применения его разделов в различных областях гуманитарной деятельности;</li> <li>- иметь достаточно полное представление о возможностях применения его разделов в различных областях управления культурной сферой.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать законодательные акты, исторические, лингвистические источники;</li> <li>- использовать знание основ государственной культурной политики в определении стратегий собственной профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- техникой анализа культурных феноменов и текстов;</li> <li>- методикой использования знания основ культурной политики;</li> <li>- принципами реализации государством национальной культурной политики.</li> </ul>  |
| Б1.Б.13 | Основы научно-исследовательской работы                          | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методологию и основные методы научного исследования в профессиональной деятельности психолого-педагогического направления;</li> <li>– основы методологии культурно-исторического и деятельностного подходов;</li> <li>– практические способы поиска научной и профессиональной информации с использованием современных компьютерных средств, сетевых технологий, баз данных и знаний;</li> <li>– возможности использования инновационных технологий в научных исследованиях и в в практической деятельности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять на основе научного исследования в профессиональной деятельности психолого-</li> </ul>   |

|         |  |   |
|---------|--|---|
|         |  | <p>педагогического направления поиск необходимой научной информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обеспечивать трансляцию передового профессионального опыта в коллективе;</li> <li>– определять направления и способы оснащения образовательной работы методическими средствами;</li> <li>– самостоятельно пополнять имеющиеся знания в процессе структурирования материалов, обеспечивающих научно-образовательный процесс;</li> <li>– осуществлять эффективное профессиональное взаимодействие;</li> <li>– ориентироваться в современных технологиях и программах с учетом потребностей научно-образовательной среды;</li> <li>– восполнить дефициты информационного и методического оснащения образовательного процесса;</li> <li>– применять полученные научно-педагогические знания на практике.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– научной терминологией в сфере научного исследования;</li> <li>– научно-обоснованными методами и технологиями в психолого-педагогической деятельности, современными технологиями организации сбора, обработки данных и их интерпретации;</li> <li>– методами осуществления межличностными контактами;</li> <li>– способами применения психолого-педагогических и нормативно-правовых знаний в процессе выполнения научно-педагогического исследования;</li> <li>– способами применения активных методов в научном познании в психолого-педагогической деятельности.</li> </ul> |
| Б1.Б.14 | Интегрированные коммуникаций                     | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теорию и методологию концепции интегрированных коммуникаций;</li> <li>- базовые элементы интегрированных коммуникаций;</li> <li>- типологию ИК-сообщений;</li> <li>- инструменты интегрированных коммуникаций;</li> <li>- методологию и методику научного анализа интегрированных коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать интегрированные кампании в продвижении визуальных продуктов;</li> <li>- исследовать целевые аудитории и разрабатывать стратегию коммуникативной политики организаций и компаний;</li> <li>- анализировать ход выполнения и результаты интегрированных кампаний.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения ИК-инструментов, построения интегрированных коммуникационных программ</li> </ul>  |
| Б1.Б.15 | Основы экономики и управления в профессиональной | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы теоретической экономики;</li> <li>- механизм функционирования рынка в условиях</li> </ul>  |

|         |                                     |   |
|---------|-------------------------------------|---|
|         | деятельности                        | <p>совершенной и несовершенной конкуренции особенности ценообразования на ресурсных рынках;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели, методы и инструменты макроэкономической политики государства, содержание фискальной, денежно-кредитной, антиинфляционной и антициклической политики государства;</li> <li>- основные формы международных экономических отношений и тенденции интеграционных процессов в мировой экономике.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аргументировано оценивать важнейшие положения и выводы основных экономических теорий и школ;</li> <li>- анализировать различные стороны социально-экономической политики государства, ее влияния на микросреду предприятия (фирмы).</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знаниями о закономерностях экономической деятельности основного производственного звена: предприятия (фирмы) в различных организационно-правовых формах;</li> <li>- представлениями о направлениях экономической политики западных стран и России в современных условиях.</li> </ul>  |
| Б1.Б.16 | Информационные системы и технологии | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общую характеристику процессов сбора, передачи и накопления информации;</li> <li>- технические и программные средства и реализацию информационных процессов;</li> <li>- теорию информационных систем в предметной области;</li> <li>- информационные технологии в информационных системах в предметной области;</li> <li>- перспективы развития информационных технологии и информационных систем в предметной области, их взаимосвязь со смежными областями;</li> <li>- информационные системы в смежных предметных областях;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать программные технические средства информационных систем в предметной области;</li> <li>- использовать информационно-поисковые средства локальных и глобальных вычислительных и информационных сетей;</li> <li>- использовать информационных технологии и знания общей информационной ситуации информационных ресурсов предметной области;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками анализа предметной области;</li> <li>- терминологией в области информационных систем и технологий;</li> <li>- методикой декомпозиции информационных систем на подсистемы;</li> <li>- практическими навыками использования информационных технологий в различных информационных системах.</li> </ul> |
| Б1.Б.17 | Физическая культура и спорт         | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социальную роль физической культуры в развитии личности и ее подготовки к профессиональной деятельности;</li> </ul>   |

|                |                                |   |
|----------------|--------------------------------|---|
|                |                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- социально-биологические основы адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания;</li> <li>- основы здорового образа жизни для социальной и профессиональной деятельности;</li> <li>- психолого-физиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности, методы повышения работоспособности;</li> <li>- методические основы общей физической и спортивной подготовки; методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и методы самоконтроля;</li> <li>- методические основы профессионально - прикладной физической подготовки (ППФП).</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнять и анализировать тесты по определению уровня физической подготовленности;</li> <li>- применять способы самоконтроля и оценки физического развития;</li> <li>- применять способы планирования самостоятельных занятий соответствующей целевой направленности;</li> <li>- применять методы и средства физической культуры для повышения работоспособности;</li> <li>- выполнять самостоятельно подобранные комплексы по общей физической подготовке, преодолевать искусственные и естественные препятствия с использованием разнообразных способов передвижения.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками планирования самостоятельных занятий;</li> <li>- системой и методикой ведения активного образа жизни.</li> </ul> |
| <b>Б1.В</b>    | <b>Вариативная часть</b>       |   |
| <b>Б1.В.ОД</b> | <b>Обязательные дисциплины</b> |   |
| Б1.В.ОД.1      | Основы теории коммуникации     | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законы и категории коммуникативистики;</li> <li>- историю возникновения и развития коммуникаций;</li> <li>- основные определения и концепции функционирования социальных коммуникаций;</li> <li>- отечественные и зарубежные теории массовой коммуникации и информации;</li> <li>- специфику различных каналов массовой коммуникации;</li> <li>- типы, виды, формы и модели коммуникации и их классификации;</li> <li>- функции массовых коммуникаций;</li> <li>- теоретические и прикладные аспекты организации общения как коммуникативного процесса;</li> <li>- содержание и средства речевой коммуникации;</li> <li>- прагматическую функцию речевой коммуникации;</li> <li>- виды социальных символов; семиотику языка: правила использования знаков и знаковых систем в вербальных и невербальных формах коммуникаций;</li> <li>- механизм функционирования обратной связи коммуникатора с коммуникантом;</li> <li>-особенности массовой коммуникации в рекламе и визуальных коммуникациях;.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p>  |

|           |                              |  |
|-----------|------------------------------|--|
|           |                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновать сущность и формы вербальной и невербальной коммуникации; включать в коммуникационные системы механизм обратной связи;</li> <li>- формировать и структурировать модели массовой коммуникации; различать типы, виды, формы и модели массовой коммуникации;</li> <li>- практически осуществлять все стадии коммуникативного процесса;</li> <li>- выбирать оптимальный канал коммуникации, организовывать коммуникацию, поддерживать ее процесс, общаться в горизонтальных и вертикальных структурах;</li> <li>- обосновать цели коммуникатора в различных моделях коммуникации;</li> <li>- устанавливать обратную связь с контактными аудиториями;</li> <li>- выявлять и устранять коммуникативные барьеры в вербальных и невербальных формах коммуникации;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами и положениями коммуникативистики при решении социальных и профессиональных задач;</li> <li>- основами теории коммуникации; способностью обсуждать профессиональные проблемы;</li> <li>- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.</li> </ul> |
| Б1.В.ОД.2 | Основы рекламного маркетинга | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия маркетинга и их взаимосвязь с направлениями применения в рекламной деятельности;</li> <li>- функции маркетинга в сфере рекламных коммуникаций;</li> <li>- содержание комплекса маркетинга и маркетинговых технологий в рекламной деятельности;</li> <li>- основные концепции и средства маркетинга в рекламе;</li> <li>- принципы сегментации и выбора целевых сегментов в рекламных коммуникациях;</li> <li>- организацию маркетинговой деятельности в сфере рекламы;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать во взаимосвязи явления и процессы на рынках товаров и услуг и их влияние на рекламную деятельность;</li> <li>- выявлять проблемы маркетингового характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения в сфере рекламных коммуникаций;</li> <li>- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации в рекламных коммуникациях;</li> <li>- анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследований применительно к</li> </ul>   |

|           |                 |  |
|-----------|-----------------|--|
|           |                 | <p>сфере рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать и осуществлять использование маркетинговых технологий в рекламной деятельности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами методологии и основными методами маркетингового анализа в рекламной сфере;</li> <li>- методами разработки маркетинговых программ и маркетинговой политики в рекламе;</li> <li>- методикой сегментации целевых рынков и выработки коммуникационной политики в отношении целевых аудиторий;</li> <li>- методикой оценки эффективности рекламных коммуникаций в маркетинговой деятельности предприятия /организации.</li> </ul>  |
| Б1.В.ОД.3 | История рекламы | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- функции рекламы как социальной технологии;</li> <li>- основные исторические этапы развития рекламы как социального института;</li> <li>- системообразующие характеристики рекламы в различные исторические периоды;</li> <li>- эволюцию видов и форм рекламы под влиянием эволюции социума и технологий</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соотносить предъявленные рекламные материалы с определенным этапом развития в развитии института рекламы, культурой той или иной страны;</li> <li>- использовать материалы по истории рекламы в своей научной и прикладной профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией и методикой социально-исторического анализа рекламной коммуникации, рассматривая ее в широком социально-историческом контексте;</li> <li>- профессиональной культурой учета накопленного исторического опыта в своей деятельности.</li> </ul> |
| Б1.В.ОД.4 | Имиджелогия     | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные элементы имиджа;</li> <li>- классификацию типов имиджа в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- основные теории визуализации;</li> <li>- основные техники визуализации;</li> <li>- принципы социального конструирования визуального имиджа;</li> <li>- основы методологии и методики анализа визуального имиджа;</li> <li>- основные принципы коррекции имиджа в рекламе и визуальных коммуникациях.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять необходимый тип визуального имиджа в зависимости от целей и задач его построения;</li> <li>уметь выделять значимые второстепенные характеристики визуального имиджа;</li> <li>- классифицировать типы визуального имиджа;</li> <li>- находить и использовать соответствующие компьютерные программы по визуализации;</li> <li>- анализировать визуальные составляющие имиджа.</li> </ul>   |

|           |             |  |
|-----------|-------------|--|
|           |             | <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различными классификациями визуального имиджа;</li> <li>- моделями и техниками построения визуального имиджа;</li> <li>- техниками коррекции визуального имиджа;</li> <li>- методологией и научного анализа методикой визуального имиджа.</li> </ul>   |
| Б1.В.ОД.5 | Фотографика | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы композиции фотографии;</li> <li>- основные понятия о компоновки объектов фотографии;</li> <li>- принципы анализа композиции фотографии;</li> <li>- приемы подачи фотографического материала.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить фотосъемку с применением аналоговых и цифровых фотоаппаратов;</li> <li>- использовать осветительное оборудование студийной и натурной съемках;</li> <li>- использовать средства гармонизации общего композиционного решения в фотографии;</li> <li>- последовательно выполнять творческую работу (от замысла до его воплощения в фотографии);</li> <li>- проводить творческие фотосессии в области пейзажной, архитектурной и портретной фотосъемки;</li> <li>- обрабатывать полученные фотоизображения в различных фоторедакторах.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- самостоятельным выбором сюжета для фотосъемки;</li> <li>- обработкой черно-белых и цветных фотоматериалов;</li> <li>- компьютерной обработкой и записью фотоизображений;</li> <li>- технологией фотосъемки, дающей возможность вести работу в области дизайна с использованием собственных фотоизображений.</li> </ul> |
| Б1.В.ОД.6 | Инфографика | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и варианты использования инфографики;</li> <li>- принципы работы с информацией: поиск, анализ, структурирование, подача;</li> <li>- средства и формы эффективного визуального представления информации;</li> <li>- особенности использования инфографики как вида рекламной и визуальной коммуникации;</li> <li>- основы методологии и методики теоретических и прикладных научных исследований инфографики;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике знания, полученные в процессе освоения дисциплины;</li> <li>- использовать инфографику в различных средствах визуальной и креолизованной рекламы и визуальных коммуникаций;</li> <li>- основные методологические подходы и методы научных исследований в инфографике.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания инфографики в графических программах Visio, Corel Draw, Adobe Illustrator;</li> </ul>  |

|             |   |  |
|-------------|---|--|
|             |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологиями создания инфографических продуктов;</li> <li>- методологией и методикой научного анализа инфографики.</li> </ul>   |
| Б1.В.ОД.7   | Технологии визуальных коммуникаций            | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности различных видов визуальных коммуникаций;</li> <li>- понятие пиктограммы и ее функции;</li> <li>- требования к пиктограммам; - принципы разработки пиктограмм;</li> <li>- понятие графического интерфейса пользователя;</li> <li>- назначение графического интерфейса и требования к нему;</li> <li>- особенности построения навигационной системы сайта;</li> <li>- понятие баннера;</li> <li>- требования к баннерам;</li> <li>- технологии создания и использования фотокоммуникационных продуктов;</li> <li>- технологии создания и использования телекоммуникационных продуктов;</li> <li>- технологии создания и использования печатных коммуникационных продуктов.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- визуализировать образы;</li> <li>- создавать визуальные композиции, выделяя значимые детали;</li> <li>- пользоваться специализированными программными продуктами для разработки визуальных коммуникативных продуктов;</li> <li>- создавать эффективные коммуникативные визуальные продукты;</li> <li>- создавать графические элементы систем навигации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемами создания визуальных коммуникативных продуктов;</li> <li>- методологией и методикой научного анализа визуальных коммуникативных продуктов;</li> <li>- методиками оценки эффективности визуальных коммуникативных продуктов;</li> <li>- основами эффективного медиапланирования</li> </ul> |
| Б1.В.ОД.7.1 | Разработка и производство рекламного продукта | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемы и методы разработки слоганов, основных текстов рекламного обращения для различных носителей СМИ;</li> <li>- выразительный язык рекламных текстов;</li> <li>- подходы к разработке сложного комплекса аудиовизуальной рекламы;</li> <li>- правила создания концепции рекламной компании, цели и задачи, технологии создания современной рекламы;</li> <li>- специфику художественного образа и компьютерного дизайна в рекламе, возможности цифровой фотографии.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и обобщать теоретические и прикладные подходы в отечественной и зарубежной литературе к теории и практике рекламы;</li> </ul>  |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- написать рекламное обращение, объявление, приглашение, сценарий;</li> <li>- создать плакат, упаковку, сделать эскизы и проекты с использованием монтажа, коллажа, использованием различных средств.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией творческого мышления; способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке коммуникативной цели и выбору путей ее достижения лаконичными средствами;</li> <li>- умением логически верно, аргументировано и ясно строить композиционный модуль рекламы;</li> <li>- способность критически осмысливать с коллегами творческие варианты рекламы, умением строить работу в коллективе;</li> <li>- использованием основных законов и приемов при решении творческих профессиональных задач в области проектирования и моделирования рекламы;</li> <li>- способностью работать с информацией в глобальных информационных сетях;</li> <li>- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные компании и мероприятия;</li> <li>- способностью под контролем использовать методики и техники опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;</li> <li>- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;</li> <li>- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, рекламном агентстве;</li> <li>- организаций опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации;</li> <li>- организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка рекламных PR-услуг, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции;</li> <li>- способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;</li> <li>- способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке;</li> <li>- осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных; способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения;</li> <li>- осуществить обработку и подготовку данных для анализа; навыками аналитических справок, обзоров и прогнозов</li> </ul> |
|--|--|---|

|              |   |   |
|--------------|---|---|
| Б1.В.ОД.7.2. | Мультимедиа в современных коммуникациях   | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные современные теории использования мультимедиа массовой коммуникации;</li> <li>– роль и место мультимедиа в системе массовых коммуникаций;</li> <li>– особенности функционирования мультимедиа в коммуникациях в современном обществе.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и систематизировать основные положения современных теорий мультимедиа в системе массовых коммуникаций;</li> <li>– учитывать влияние всех компонентов коммуникационного процесса на эффективность средств мультимедиа; – использовать методологию и методику научного анализа мультимедиа в современных системах коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными навыками теоретического и прикладного анализа процессов и явлений мультимедиа в современных системах коммуникации;</li> <li>– навыками применения полученных знаний в своей профессиональной деятельности;</li> <li>– представлениями о многоаспектности и междисциплинарных средств мультимедиа в современных системах коммуникаций.</li> </ul>  |
| Б1.В.ОД.8    | Визуальные коммуникации в городской среде | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможности использования городской среды;</li> <li>- содержание процессов проектной деятельности в области медиа-арт, творческие методы поиска и техники продвижения проектов;</li> <li>- правила проведения арт-мероприятий и рекламной кампании для реализации работ проекта;</li> <li>- основы менеджмента, маркетинга и экономики в сфере визуальных искусств;</li> <li>- порядок заключения и исполнения хозяйственных договоров;</li> <li>- основы налогового и трудового законодательства в сфере визуальных искусств;</li> <li>- специфику визуальных искусств, методы и приемы связей с общественностью в сфере культуры.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать и применять визуальные средства коммуникаций в городской среде;</li> <li>- пользоваться различными творческими методиками, как в области проектирования творческой деятельности, так и в области технологий ее продвижения;</li> <li>- уметь анализировать и синтезировать творческие идеи в арт-медийных проектах;</li> <li>- составлять планы проведения арт-мероприятий и рекламных акций;</li> <li>- вести деловые переговоры, разрабатывать элементы фирменного стиля, разрабатывать имиджевые мероприятия.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными подходами к творческому</li> </ul> |

|             |                                       |  |
|-------------|---------------------------------------|--|
|             |                                       | <p>осуществлению проектирования визуальных проектов в городской среде;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализом и синтезом проектной ситуации в художественных практиках медиа-арта, приемами творческих методов для всех видов профессиональной деятельности; методами исследования;</li> <li>- начальными навыками экспертной, консалтинговой, инновационной деятельности;</li> <li>- навыками планирования, организации и проведения арт-мероприятий и рекламной компании для реализации работ проекта;</li> <li>- навыками изучения конъюнктуры рынка и потребительских предпочтений, техникой проведения успешной презентации.</li> </ul>  |
| Б1.В.ОД.9   | Исследование в рекламной деятельности | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятийный аппарат исследований в рекламе;</li> <li>- методологию организации и проведения исследований в рекламе;</li> <li>- основные методы анализа рекламы;</li> <li>- основные методы определения коммуникативной и экономической эффективности рекламы;</li> <li>- основные методы анализа визуальной рекламы.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сделать обоснованный выбор качественных методов исследования в рекламе;</li> <li>- разрабатывать и применять основные инструменты для применения качественных методов исследования в рекламе;</li> <li>- обрабатывать и анализировать результаты проведенного исследования;</li> <li>- подготовить отчет о результатах проведенного исследования.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками сбора информации с помощью качественных методов исследования в рекламе;</li> <li>- основами социологического анализа;</li> <li>- основами визуального анализа;</li> <li>- основами маркетингового анализа.</li> </ul> |
| Б1.В.ОД. 10 | Копирайтинг                           | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- базовые понятия копирайтинга;</li> <li>- приёмы речевого воздействия в рекламе;</li> <li>- выразительные средства языка на разных уровнях;</li> <li>- стилистические приемы, используемые при создании текстов;</li> <li>- жанры рекламных и PR-текстов;</li> <li>- специфику копирайтинга в различных коммуникативных средах;</li> <li>- основные критерии коммуникативной эффективности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделять и классифицировать основные вербальные компоненты рекламного продукта;</li> <li>- выделять основную и дополнительную маркетинговую информацию в тексте;</li> <li>- использовать средства речевой выразительности языка при создании рекламных текстов;</li> <li>- использовать приёмы речевого воздействия в</li> </ul>   |

|               |   |  |
|---------------|---|--|
|               |   | <p>рекламе;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать рекламные тексты различных жанров;</li> <li>- определять коммуникативную эффективность.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками и умениями ведения диалога в сфере профессиональной коммуникации;</li> <li>- навыками создания разнообразных рекламных текстов;</li> <li>- приёмами речевого воздействия;</li> <li>- навыками литературного редактирования создаваемых текстов.</li> </ul>  |
| Б.1.В.ОД.11   | Рекламный дизайн  |  |
| Б.1В.ОД.11.1  | Теория и практика рекламного дизайна                        | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы дизайна, композиции и цветоведения;</li> <li>- элементы фирменного стиля;</li> <li>- специфику визуального языка рекламы: особенности композиции, цвета, формы;</li> <li>- соотношение иллюстрации и текста в рекламе;</li> <li>- методы кодирования в рекламе;</li> <li>- выразительные особенности различных носителей рекламы.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней;</li> <li>- создавать оригинальный дизайн-проект рекламного обращения;</li> <li>- применять компьютерные технологии в дизайнерских решениях рекламных обращений.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками воплощения творческого замысла в дизайн-проекте;</li> <li>- выбором оптимальных методов кодирования содержания мультиатрибутивной модели товара и уникального торгового предложения или услуги в рамках маркетинговой концепции рекламной кампании в информационной, эмоциональной и экспрессивной составляющих рекламы.</li> </ul> |
| Б.1.В.ОД.11.2 | Дизайн- проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемы работы в макетировании, с цветом и цветовыми композициями;</li> <li>- методы обоснования творческого замысла дизайн-проекта в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- основные направления воздействия рекламных технологий и технологий визуальных коммуникаций на целевые аудитории;</li> <li>- методики поиска идей для дизайн-проекта в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- технологии дизайн-проектирования в рекламе и визуальных коммуникациях.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять - приемы работы в макетировании, с цветом и цветовыми композициями;</li> <li>- обосновывать творческий замысел дизайн-проекта в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- использовать методики поиска идей для дизайн-проекта в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- применять технологии дизайн-проектирования в</li> </ul>  |

|              |  |   |
|--------------|--|---|
|              |  | <p>рекламе и визуальных коммуникациях.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами композиции, цветоведения и дизайна в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- методами разработки творческих решений в дизайне рекламы и визуальных коммуникаций;</li> <li>- технологиями дизайн-проектирования в рекламе и визуальных коммуникациях.</li> </ul>  |
| Б.1 В. ОД.12 | Звук в жанрах медиа                    | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определения классификацию основных категорий медиа и медиажанров;</li> <li>– контекстуальную специфику языка музыки в структуре медиажанра;</li> <li>– принципы функционирования звука в структуре медиажанров;</li> <li>– общие закономерности музыкальной драматургии в аспекте драматургии медиатекста.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять роль звука в текстах, репрезентирующих различные медиажанры (аудио и видео реклама, художественный, документальный, анимационный кинематограф; аудио и видеореклама; видеоклипы, теле и радиопрограммы; компьютерные игры);</li> <li>– анализировать стилистические особенности музыки в медиажанрах в жанровом, национальном, индивидуальном (кинорежиссер, кинокомпозитор) ракурсах.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методикой работы со звуком (речь, шумы, музыка) при создании различных жанров медиа.</li> </ul>  |
| Б.1.В.ОД.13  | Эвент – технологии в рекламе           | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- фундаментальные понятия и определения рекламных и PR-функций, психологических аспектов создания и восприятия рекламы, основ управления и базовых статистик эффективности медианосителей для разных типов рекламодателей.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принимать простые решения в области управления рекламным процессом, разбираться в принципах и моделях создания рекламных служб в организациях и в правовых основах рекламной деятельности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки концепции Эвент-проектов, создания плана сценария и спонсорского пакета, исходя из рекламных возможностей мероприятия;</li> <li>- навыками разработки плана-графика работ;</li> <li>- навыками разработки необходимой проектно-сметной документации и подготовки проекта бюджета;</li> <li>- методиками поиска подрядчиков и заключения договоров; знаниями техники ведения переговоров и подготовки различных документов;</li> <li>- организацией работы персонала и контроллинга на всех этапах Эвент-проекта.</li> </ul> |
| Б.1В.ОД.14   | Коммуникативистика и медиапланирование | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законы и категории коммуникативистики;</li> <li>- способы трансляции информации в коммуникационном пространстве;</li> </ul>   |

|            |  |  |
|------------|--|--|
|            |  | <p>коммуникационные барьеры и способы их преодоления;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- механизмы формирования и изменения коммуникативной роли; понятие коммуникативной сферы, ее особенности;</li> <li>- характеристики коммуникативной личности;</li> <li>- содержание и средства различных видов коммуникации;</li> <li>- прагматическую функцию речевой коммуникации;</li> <li>- особенности креолизованных и визуальных коммуникаций;</li> <li>- основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования;</li> <li>- основные технологии медиапланирования;</li> <li>- модели прогнозирования рейтинга;</li> <li>- технологии анализа эффективности медиа.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновать выбор формы и виды вербальной и невербальной коммуникации;</li> <li>- формировать и структурировать модели массовой коммуникации;</li> </ul> <p>различать типы, виды, формы и модели массовой коммуникации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновать цели коммуникатора в различных моделях коммуникации;</li> <li>- составить медиаплан и выполнить оценку его эффективности; оценивать отбор носителей рекламы;</li> <li>- проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок);</li> <li>- уметь осуществлять контроль и анализировать эффективность медиаканалов.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами теории и практики коммуникативистики;</li> <li>- навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными;</li> <li>- представлениями о сущности и структуре основных документов медиапланирования;</li> <li>- приемами и принципами составления медиапланов;</li> <li>- способами контроля медиапродвижения объектов рекламирования;</li> <li>- приемами определения эффективности медиапланов и медиакампаний.</li> </ul> |
| Б.1В.ОД.15 | Публичное экспонирование визуальных объектов | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологию интерпретации визуальных объектов;</li> <li>- современные компьютерные и цифровые технологии использования в экспонировании визуальных объектов;</li> <li>- роль компьютерных и мультимедиа технологий в публичном экспонировании визуальных объектов;</li> <li>- понятийный аппарат выставочной деятельности и галерейного дела, художественных и музейных выставок;</li> <li>- классификацию выставочно-презентационной деятельности;</li> <li>- особенности современного выставочного и галерейного дела;</li> <li>- роль, место художественной и музейной выставки в современной культуре;</li> </ul>  |

|            |                            |  |
|------------|----------------------------|--|
|            |                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику отдельных видов выставочных проектов, типологию экспозиций, функциональные особенности различных выставок, экономические аспекты выставочной деятельности и галерейного дела;</li> <li>- основные технологии и методы выставочной деятельности и практику их использования в выставочной и галерейной деятельности, художественных и музейных выставках;</li> <li>- конвергентные медиа.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать интерактивные презентации для представления концепций публичного экспонирования визуальных объектов;</li> <li>-осуществлять рендеринг;</li> <li>- осуществлять постобработку;</li> <li>- ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной и галерейной деятельности;</li> <li>- использовать(применять) компьютерные и цифровые технологии в экспонировании визуальных объектов;</li> <li>- ориентироваться в специальной отраслевой литературе, уметь работать с интернет-источниками по данному профилю;</li> <li>- сформировать концепцию выставки, цели, задачи выставочного проекта;</li> <li>- планировать и организовывать выставочную деятельность разных профилей;</li> <li>- применять освоенное знание по технологии выставочной деятельности в современной социокультурной ситуации;</li> <li>- использовать полученное знание о технологии выставочной деятельности в совокупности со знаниями о социально-культурной деятельности, PR и рекламе, менеджменте, маркетинге, социокультурном проектировании, музееведении, истории искусства.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знаниями и умениями использовать современные компьютерные и цифровые технологии при оформлении интерактивной выставки визуальных объектов ;</li> <li>- представлением о тенденциях выставочной деятельности на современном этапе и актуальных технологиях выставочной деятельности;</li> <li>- пониманием системных взаимосвязей внутри современного художественного процесса и его связь с тенденциями развития современной культуры;</li> <li>- самостоятельностью мышления в процессе разработки плана-графика выставочного проекта, продвижения выставочного проекта, программы работы выставки визуальных объектов;</li> <li>- умением подготовить сопровождающие текстовые материалы к выставке;</li> <li>- готовностью к работе в междисциплинарной команде.</li> </ul> |
| Б.1В.ОД.16 | Теория и практика связей с | <b>Знать:</b> - знать основные концепции организации   |

|                   |  |  |
|-------------------|--|--|
|                   | <p>общественностью</p>                                     | <p>общественных связей за рубежом и в России;<br/> - знать основные тенденции развития мирового PR;<br/> - знать особенности развития связей с общественностью в современной России.<br/> <b>Уметь:</b> - использовать формы и методы системы PR для успешной реализации крупных маркетинговых проектов за счет учета общественного мнения, умения на него воздействовать и устанавливать активные коммуникации не только с целевыми аудиториями основных покупателей, но и с различными представителями деловых кругов;<br/> - внедрять основные принципы PR в коммерческую деятельность с учетом влияния факторов социальной сферы, возможность барьеров, препятствующих установлению оптимальных контактов;<br/> - составлять результативные PR – обращения, направленные на формирование имиджа фирмы, популярности и устранения вредных (сложных) слухов, тормозящих поступательное развитие фирмы;<br/> - оценивать результаты деятельности службы связей с общественностью с последующим анализом причин низкой прибыльности и разрабатывать рекомендации по созданию атмосферы доверия в фирме и за ее пределами.<br/> <b>Владеть:</b> - понятийным аппаратом в области связей с общественностью;<br/> - навыками применения современных инструментов связей с общественностью для решения практических задач;<br/> - владеть сложными механизмами планирования, организации и проведения PR – кампаний в результате реализации маркетинговых коммуникаций;<br/> - содержанием основных этапов коммуникационной деятельности службы связей с общественностью в крупнейших коммерческих структурах как внутри России, так и за ее пределами в целях распространения передового опыта развития коммерческой деятельности и практики установления эффективных коммуникаций.</p> |
| <p>Б.1В.ОД.17</p> | <p><b>Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций</b></p> | <p><b>Знать:</b><br/> - основные виды рекламной деятельности и визуальных коммуникаций;<br/> - функции менеджмента, формы управления рекламной деятельностью и визуальными коммуникациями;<br/> - основные виды рекламных мероприятий и мероприятий в сфере визуальных коммуникаций, их классификацию;<br/> - виды коммуникативных средств применяемых для достижения конкретной коммуникативной цели в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;<br/> - цели коммуникативных кампаний в сфере рекламы и визуальных коммуникаций и их соответствие коммуникативной стратегии заказчика;<br/> - соответствие видов коммуникативных мероприятий в сфере рекламы и визуальных</p>  |

|                  |  |   |
|------------------|--|---|
|                  |  | <p>коммуникаций запросам целевой аудитории;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегию и тактику планирования коммуникативных мероприятий в сфере рекламы и визуальных коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить доминирующие типы коммуникационных процессов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;</li> <li>- планировать и реализовывать основные виды деятельности в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- выстраивать эффективную структуру управления рекламой и визуальными коммуникациями;</li> <li>- анализировать эффективность деятельности в сфере рекламы и визуальных коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработкой коммуникационной политики и стратегии организации в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;</li> <li>- разработки коммуникативных кампаний в сфере рекламы и визуальных коммуникаций с учетом динамики развития рынка и предпочтений потребителей;</li> <li>- технологиями управления моделирования и создания рекламных и коммуникативных визуальных продуктов.</li> <li>- проведением рекламных кампаний и мероприятий, коммуникационных кампаний в области визуальных коммуникаций;</li> <li>- анализом и прогнозированием эффективности рекламной и визуально-коммуникативной деятельности.</li> </ul> |
| <b>Б1.В.ДВ</b>   | <b>Дисциплины по выбору</b>  |   |
|                  | Элективные курсы по физической культуре  | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы здорового образа жизни; социально-биологические основы физической культуры;</li> <li>- основы общей и профессионально-прикладной физической подготовки;</li> <li>- основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить самооценку работоспособности и утомления;</li> <li>- составлять индивидуальные программы физического самовоспитания и занятия с оздоровительной направленностью;</li> <li>- составлять и проводить простейшие самостоятельные занятия физическими упражнениями гигиенической или тренировочной направленности.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- системой и методикой ведения активного образа жизни.</li> </ul>  |
| <b>Б1.В.ДВ.1</b> |  |   |
| 1                | Информационные технологии smm – продвижение в рекламе и визуальных коммуникациях | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы и принципы работы с информацией и исследование информационных систем: поиск, анализ, структурирование, подача; средства и формы эффективного визуального представления</li> </ul>  |

|                  |  |   |
|------------------|--|---|
|                  |  | <p>информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы макетирования;</li> <li>- основы создания анимированных фильмов с элементами интерактивности в программе Adobe Flash;</li> <li>- техники монтажа цифрового звука и видео;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с информацией;</li> <li>- эффективно использовать средства визуального представления информации;</li> <li>- создавать анимационные и интерактивные фильмы; осуществлять монтаж видео и звука.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологиями макетирования и подготовки к печати в программе Adobe InDesign;</li> <li>- технологией создания анимационных и интерактивных фильмов Adobe Flash;</li> <li>- технологией монтажа видео и звука Adobe Premier</li> </ul>  |
| 2                | Информационные технологии в визуальных социальных проектах   | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы применения современных информационных технологий в науке и предметной деятельности;</li> <li>- основы численных методов;</li> <li>- элементы теории математической статистики;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- самостоятельно работать со специализированными компьютерными приложениями, начиная от постановки задачи до решения и грамотной интерпретации результатов;</li> <li>- работать в локальной сети с устройствами сетевого окружения;</li> <li>- использовать для визуальных коммуникаций цели электронной почту (в том числе присоединять файлы различных форматов);</li> <li>- настроить компьютер для работы в Интернет (знать основы организации Интернет и смысл IP – и URL адресов), знать и при необходимости уметь изменять настройки браузеров;</li> <li>- работать с поисковыми серверами и информационными порталами;</li> <li>- ориентироваться в технологиях и стандартах баннерной рекламы, в работе сетевых рекламных агентств и сетей баннерного обмена.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специализированными приложениями на рабочем месте клиента в локальной сети;</li> <li>- программами для статистической обработки результатов исследований и прогнозирования реакции аудитории (SPSS), а также находить и использовать информацию в глобальной сети Интернет.</li> </ul> |
| <b>Б1.В.ДВ.2</b> |  |   |
| 1                | Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах | <p><b>Знать:</b> теоретические и прикладные основы социального и политического проектирования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- роль и функции визуальных коммуникаций в данной сфере коммуникативистики;</li> <li>- правовые и этические нормы регулирования визуальных коммуникаций в социальных и политических проектах;</li> </ul>  |

|   |                                      |   |
|---|--------------------------------------|---|
|   |                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии визуализации в социальных и политических проектах;</li> <li>- основы медиапланирования в социальных и политических проектах;</li> <li>- методологию и методику научного анализа социальных и политических проектов</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать креативные социальные и политические проекты;</li> <li>- управлять продвижением визуальных социальных и политических проектов;</li> <li>- анализировать коммуникативную и социально-экономическую эффективность визуальных и социальных политических проектов;</li> <li>- организовывать взаимодействие с другими участниками комплекса интегрированных коммуникаций в сфере социального и политического проектирования</li> <li>- проводить теоретические и прикладные научные исследования визуальных социальных и политических проектов.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-теоретическими основами визуальных коммуникаций;</li> <li>- анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением визуальными социальными и политическими проектами;</li> <li>- прикладными знаниями в сфере создания визуальных социальных и политических проектов;</li> <li>- методологией и методикой научного анализа визуальных социальных и политических проектов</li> </ul> |
| 2 | Теория и практика социальной рекламы | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объект и предмет изучения социальной рекламы, ее виды и структуру, понимать ее место, роль и функции в современном обществе; иметь</li> <li>- теоретические основы анализа социальной рекламы;</li> <li>- владеть основными методами изучения рекламной деятельности в сфере социальной рекламы;</li> <li>- характерные черты и особенности развития российской социальной рекламы и тенденции развития ее в будущем;</li> <li>- основные механизмы и закономерности воздействия общества на личность, формирование и развитие социальных институтов, их социальные роли и функции;</li> <li>- современное состояние социальных проблем общества;</li> <li>- основные методы коммуникативного воздействия на различные социально-демографические группы общества;</li> </ul> <p>законодательные и этические правила работы в области социальной рекламы.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять методы оптимального рекламного воздействия на различные социально-демографические группы общества;</li> <li>- применять основные технологии создания</li> </ul>   |

|                  |   |   |
|------------------|---|---|
|                  |   | <p>рекламных сообщений социальной направленности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять оптимальные каналы воздействия на целевые группы в социальной рекламе.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- средствами разработки рекламных продуктов в социальной рекламе;</li> <li>- информационными технологиями создания и продвижения рекламных сообщений в социальной рекламе;</li> <li>- технологиями продвижения социальной рекламы в социальных сетях.</li> </ul>  |
| <b>Б1.В.ДВ.3</b> |   |   |
| 1                | <p>Креативное проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие креативности в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- направления и функции креатива в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- методы активизации поиска идей при разработке и продвижении проектов в рекламе и визуальных коммуникациях.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разбираться в техниках эмоционального воздействия рекламы и визуальных коммуникаций;</li> <li>- анализировать креатив в рекламе и визуальных коммуникациях;</li> <li>- ориентироваться в креативных приемах в рекламном творчестве и визуальных коммуникациях.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами формирования эффективных коммуникаций с потребителями рекламного продукта и целевыми аудиториями визуальных коммуникаций;</li> <li>- приемами креативной деятельности в рекламе и визуальных коммуникациях.</li> </ul> |

|                  |                                  |  |
|------------------|----------------------------------|--|
| 2                | Управление креативными проектами | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– современную методологию и технологию разработки и управления креативными проектами;</li> <li>– основные типы и характеристики креативных проектов;</li> <li>– функции управления креативными проектами;</li> <li>– основные этапы реализации креативных проектов;</li> <li>– современный инструментарий в области управления креативными проектами.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять концепцию и цели креативного проекта;</li> <li>– разделять деятельность на отдельные взаимозависимые задачи;</li> <li>– анализировать финансовую реализуемость и экономическую эффективность проекта;</li> <li>– составлять сетевой график реализации проекта;</li> <li>– формировать бюджет проекта;</li> <li>– использовать методы и механизмы для управления креативными проектами.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специальной терминологией креативной проектной деятельности;</li> <li>– организационным инструментарием управления креативными проектами;</li> <li>– методами проектного анализа и аналитическим аппаратом оценки эффективности и рисков проекта;</li> <li>– методами сетевого планирования креативного проекта;</li> <li>– практическими навыками решения практических задач креативного проектного менеджмента.</li> </ul> |
| <b>Б1.В.ДВ.4</b> |                                  |  |
| 1                | Теория и практика рекламы        | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы рекламы, экономические механизмы, технологию, регулирование деятельности в области рекламы;</li> <li>- технологии проектирования, создания и размещения рекламных продуктов;</li> <li>- методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности рекламных кампаний в области рекламы;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, публичными продажами, личными продажами;</li> <li>- выстраивать рекламную стратегию с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий;</li> <li>- создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж предприятия;</li> <li>- оптимизировать расходы как при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий, так и в прямом маркетинге;</li> <li>- создавать креативные рекламные продукты в области рекламы.</li> </ul>  |

|             |   |  |
|-------------|---|--|
|             |   | <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретическими и прикладными основами рекламы;</li> <li>- анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью в области рекламы, достижением высокой результативности рекламных кампаний;</li> <li>- функциями основных участников и составляющих рекламного процесса в области рекламы;</li> <li>- последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации и реализации рекламных кампаний в области рекламы;</li> <li>- современным отечественным и зарубежным опытом в области рекламы.</li> </ul>  |
| 2           | Основа рекламной деятельности   | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения;</li> <li>- правовое регулирование рекламной деятельности;</li> <li>- рекламный процесс;</li> <li>- виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний;</li> <li>- оценку их эффективности.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять рекламные сообщения;</li> <li>- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности;</li> <li>- организовывать рекламные акции;</li> <li>- оценивать их эффективность.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективной рекламы;</li> <li>- владеть навыками работы с рекламными агентствами;</li> <li>- владеть навыками работы с менеджерами рекламных массмедиа;</li> <li>- владеть современными способами эффективной организации рекламной деятельности.</li> </ul> |
| <b>Б2</b>   | <b>Практики</b>   |  |
| <b>Б2.У</b> | <b>Учебная практика</b>   |  |
| Б2.У.1      | Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные формы и виды профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки;</li> <li>- основы профессиональной этики работы в коллективе в сфере профиля подготовки;</li> <li>- основы научного сопровождения профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике полученные навыки, знания и умения в области профессиональной деятельности</li> </ul>   |

|             |   |   |
|-------------|---|---|
|             |   | <p>в сфере профиля подготовки;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать основы эвристики в процессе поиска необходимой для профессиональной деятельности информации;</li> <li>- обеспечивать научное сопровождение изучаемым видам профессиональной деятельности;</li> <li>- осуществить документирование основных видов профессиональной деятельности в процессе прохождения учебной практики в соответствии с профилем подготовки и заполнить дневник учебной практики в соответствии с требованиями задания на прохождение практики;</li> <li>- подготовить репрезентативный документальный отчет о прохождении практики.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными положениями и методами социальных и гуманитарных наук при решении профессиональных задач;</li> <li>- основными знаниями, умениями и навыками профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки;</li> <li>- умениями и навыками в подготовке, проведении и оформлении результатов научного сопровождения практики в сфере профиля подготовки;</li> <li>- основными нормами профессиональной культуры и этики работы в коллективе.</li> </ul>   |
| <b>Б2.П</b> | <b>Производственная практика</b>  |   |
| Б2.П.1      | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы методологии и основные методы социальных и гуманитарных наук при решении исследовательских задач в сфере профиля подготовки;</li> <li>- методы и технологии решения стандартных профессиональных задач с использованием информационных технологий и учетом требований информационной безопасности;</li> <li>- основы методологии и методики проведения научно-исследовательских работ и использования их результатов в научной и практической профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки;</li> <li>- основные направления и области деятельности организаций и предприятий различных форм собственности в сфере профиля подготовки;</li> <li>- основные принципы и методы управления производственно-творческими коллективами в сфере профиля подготовки;</li> <li>- основные принципы и методы создания и реализации творческих проектов в сфере профиля подготовки.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов в сфере профиля подготовки;</li> <li>- использовать основы методологии и методики</li> </ul> |

|        |                                 |   |
|--------|---------------------------------|---|
|        |                                 | <p>научно-исследовательской работы и грамотного оформления и презентации материалов и результатов исследования научно-теоретического или научно-прикладного исследования для обеспечения решения стандартных профессиональных задач и при анализе теоретических и прикладных вопросов в сфере профиля подготовки;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать основные формы профессиональной деятельности в организациях и предприятиях различных форм собственности в сфере профиля подготовки;</li> <li>- создавать и реализовать творческие проекты в сфере профиля подготовки.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными положениями и методами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов в сфере профиля подготовки;</li> <li>- основными видами стандартной профессиональной деятельности в организациях и предприятиях различных форм собственности в сфере профиля подготовки;</li> <li>- основами методологии и методики проведения научно-исследовательской деятельности для обеспечения научной поддержки стандартной профессиональной деятельности и написания научно-аналитических работ по прикладным проблемам в сфере профессиональной подготовки;</li> <li>- основами методологии и методики разработки и реализации творческих проектов в сфере рекламы и визуальных коммуникаций.</li> </ul> |
| Б2.П.2 | Научно-исследовательская работа | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы научно-исследовательской работы;</li> <li>- основы научной эвристики;</li> <li>- основные виды научно-исследовательских работ;</li> <li>- основы методологии и методики научно-исследовательской работы;</li> <li>- основные виды научного аннотирования и реферирования научной и специальной литературы;</li> <li>- технологии подготовки текстов научных аннотаций и рефератов;</li> <li>- технологии подготовки презентаций результатов проделанной работы.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук;</li> <li>- подготавливать научные обзоры, аннотации, составлять рефераты и библиографии по тематике проводимых научных исследований, использовать приемы библиографического описания;</li> <li>- выступать с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"), представляющими материалы собственных научных исследований.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p>  |

|               |  |  |
|---------------|--|--|
|               |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией и методикой научной эвристики;</li> <li>- методологией и методикой научных исследований;</li> <li>- методологией и методикой реферирования и аннотирования научной литературы и научного анализа в форме научных рефератов по избранной проблематике;</li> <li>- методологией и методикой подготовки и библиографического оформления научных/реферативных текстов;</li> <li>- методикой подготовки устных выступлений и визуальных презентаций научных рефератов.</li> </ul>   |
| <b>Б2.П.3</b> | Преддипломная практика                     | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов;</li> <li>- основы методологии и методики подготовки и написания научных работ в области научно-теоретических или научно-прикладных исследований в сфере рекламы и визуальных коммуникаций в гуманитарных науках и искусстве.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов;</li> <li>- использовать основы методологии и методики научно-исследовательской работы, написания научного текста ВКР и грамотного оформления и презентации материалов и результатов исследования в инфографике;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными положениями и методами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов;</li> <li>- основами методологии и методики подготовки и написания научных работ в области рекламы визуальных коммуникаций в гуманитарных науках и искусстве.</li> </ul> |
| <b>Б3</b>     | <b>Государственная итоговая аттестация</b> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы постановки и решения профессиональных задач в области научно-исследовательских и прикладных разработок, обоснование актуальности решаемой научной или прикладной проблемы в соответствии с полученной общепрофессиональной подготовкой и профилизацией;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновать актуальность выбранной темы ВКР; осуществлять поиск источников и научной литературы для решения конкретных научных и прикладных задач;</li> <li>- проследить и проанализировать историю изучения проблемы;</li> <li>- систематизировать, исследовать и интерпретировать научную и иную информацию;</li> <li>- подготавливать реализуемые и эффективные предложения по повышению эффективности деятельности в сфере рекламы и визуальных коммуникаций, творческие проекты в области рекламы и визуальных коммуникаций;</li> </ul>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>- представлять и защищать результаты исследования или творческого коммуникационного проекта в сфере рекламы и визуальных коммуникаций на заседании Государственной аттестационной комиссии.</p> <p><b>Владеть:</b><br/> <i>в области научно-исследовательской деятельности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;</li> <li>- способностью проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик проводить комплексные исследования товарных рынков и осуществлять отбор целевых рынков; • планировать производство и сбыт; • формировать рыночные потребности покупателей; • проектировать структуру службы маркетинга; • проектировать систему маркетинговой информации на предприятии; • определить цели и задачи маркетингового исследования; • разработать программы и план проведения исследования; • выбрать методы для проведения исследования; • определить генеральную и выборочную совокупности; • провести исследование; • обосновать стратегию развития организацию; • проводить STEP-анализ, PEST-анализ, SWOT-анализ, QUEST-анализ; • выполнять сегментацию рынка и выбрать эффективную стратегию охвата рынка; • разрабатывать стратегию позиционирования; • разработать товарную стратегию организации; • разработать ценовую стратегию организации; • выбрать эффективные для данной организации каналы сбыта товара; • выбрать эффективные для данной туристской организации методы продвижения товара; • разработать коммуникативную стратегию. • разработать информационное сообщение для средств массовой информации о деятельности фирмы и ее продукции или услугах; • выбрать средство и канал распространения рекламы в области рекламы и визуальных коммуникаций;</li> <li>- навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, знанием основных библиографических источников и поисковых систем;</li> <li>- навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") представления материалов собственных научных исследований;</li> </ul> <p><i>в области организационно-управленческой деятельности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу</li> </ul> |
|--|--|--|

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности;</p> <p><i>в области проектной деятельности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в рекламе и визуальных коммуникациях.</li> </ul> |
|--|--|---|

## **1.4. Общая характеристика образовательной программы**

### **1.4.1. Квалификация, присваиваемая выпускникам.**

Выпускникам, успешно выполнившим образовательную программу и прошедшим государственную итоговую аттестацию, присваивается квалификация бакалавр.

### **1.4.2. Область профессиональной деятельности выпускника**

Область профессиональной деятельности выпускников программ бакалавриата включает: педагогическую, культурно-просветительную и творческую сферы, исследование общественных, культурных и природных явлений, междисциплинарные исследования, анализ развития искусства и особенностей его функционирования в современном обществе, познание, исполнение и создание произведений искусства в различных формах.

### **1.4.3. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

Объектами профессиональной деятельности выпускников программ бакалавриата являются: образовательные системы, научно-исследовательские процессы, культурно-просветительские явления, духовная, гуманитарная и естественнонаучная сферы.

### **1.4.4. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники**

- научно-исследовательская;
- организационно-управленческая;
- проектная.

### **1.4.5. Направленность образовательной программы.**

В Краснодарском государственном институте культуре определена профильная направленность основной профессиональной образовательной программы высшего образования (бакалаврская программа) Реклама и визуальные коммуникации.

### **1.4.6. Планируемые результаты освоения образовательной программы**

В процессе освоения образовательной программы обучающийся осваивает компетенции, установленные Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки. В результате он должен:

**Знать:** основы, философии, иностранного языка, истории; основы информатики и концепций современного естествознания, способствующие формированию современного взгляда на научную деятельность и способы её осуществления; сущность и значение информации в развитии современного общества; основные этапы развития гуманитарных наук, иметь общее представление об истории развития гуманитарного и социально-политического знания;

- специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература и т.п.) в историко-культурном контексте;
- основные контексты социального взаимодействия;
- основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- роль и значение информации и информационных технологий в развитии рекламы и современных визуальных коммуникаций;
- работу с информацией в глобальных компьютерных сетях, корпоративных информационных системах, современных средствах массовой информации;
- социальную значимость своей будущей профессии;
- основы рекламы, связей с общественностью, деловых и массовых коммуникаций;
- основы фотографии и инфографики;
- основы визуализации объектов и процессов;
- основы менеджмента и маркетинга в рекламе и визуальных коммуникациях;
- основы методологии и методики научного анализа рекламных и визуальных объектов и визуальных социальных практик.

**Уметь:** использовать в профессиональной деятельности знание иностранного языка, а также базовые представления о философском, историческом и культурном контекстах развития гуманитарной науки; использовать знание компьютерных и информационных технологий и критериев научности в профессиональной деятельности, профессиональной коммуникации и межличностном общении; сопоставлять и анализировать различные понятия, а также социально-научные и культурные картины мира, излагать результаты анализа в письменной и устной формах;

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- продуктивно использовать национальное и мировое культурное наследие в своей профессиональной деятельности;
- использовать основные философские, исторические и культурологические категории в своей деятельности;
- кооперироваться с коллегами, работать в коллективе, осуществлять деловое общение;
- организовывать и проводить публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;

- анализировать и оценивать исторические события и процессы;
- критически оценивать личные достоинства и недостатки;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- проектировать и реализовывать творческие проекты в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- подготавливать и осуществлять экспозиционную деятельность визуальных объектов в музеях, галереях и на выставках;
- формировать визуальную среду города.

**Владеть:** навыком деловой устной и письменной коммуникации на родном и (или) иностранном языках в профессиональной сфере и применения полученных знаний к решению задач профессиональной деятельности выпускника; навыками использования программных средств и работы в компьютерных сетях; способностью использовать информационные системы для решения прикладных теологических задач; владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; владеть навыками идентификации и соотнесения школ, направлений и тенденций в истории и на современном этапе гуманитарного и социально-политического знания; владеть приемами логического и абстрактного мышления для анализа гуманитарных, социальных и экономических феноменов; владеть анализом социально-политических и культурных понятий, навыками исторического и структурного анализа визуального и текстуального (иконического и символического) материала, владеть методологией критики текста и научной традиции; владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

- основами экономических и правовых знаний
- основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;
- навыками самоконтроля и достижения должного уровня физической подготовленности, необходимого для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
- высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- основами цветоведения, графики и шрифтов, композиции и дизайна;
- основами теории, практики, технологий и медиапланирования рекламы;
- методологией и методикой рекламной и художественной фотографии;
- методологией и методикой инфографики;
- технологиями разработки и изготовления рекламных продуктов;

- основами управления творческими проектами в сфере рекламы и визуальных коммуникаций;
- методологией и методикой продвижения рекламных продуктов на рынках;
- методологией и методикой научного исследования рекламных объектов и визуальных социальных практик.

#### **1.4.7. Объем, структура и срок освоения образовательной программы**

Объем ОПОП составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.), вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

| <b>Структура программы бакалавриата</b> |  | <b>Объем программы бакалавриата в з.е.</b> |
|---|--|--|
| <b>Блок 1</b>                           | <b>Дисциплины (модули)</b>                 | <b>219</b>                                 |
|   | <b>Базовая часть</b>                       | <b>96</b>                                  |
|   | <b>Вариативная часть</b>                   | <b>123</b>                                 |
| <b>Блок 2</b>                           | <b>Практики</b>                            | <b>12</b>                                  |
|   | <b>Вариативная часть</b>                   | <b>12</b>                                  |
| <b>Блок 3</b>                           | <b>Государственная итоговая аттестация</b> | <b>9</b>                                   |
|   | <b>Базовая часть</b>                       | <b>9</b>                                   |
| <b>Объем программы бакалавриата</b>     |  | <b>240</b>                                 |

В очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года. Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.;

В заочной форме обучения его срок, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, увеличивается составляет 4 года 6 месяцев.

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (з.е.) независимо от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы несколькими организациями, осуществляющими образовательную деятельность, с использованием сетевой формы.

#### **1.4.8. Сведения о профессорско-преподавательском составе**

Образовательный процесс в институте ведут научно-педагогические работники с квалификацией, соответствующей квалификационным

характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих.

Педагоги КГИК соответствуют требованиям профессионального стандарта 01.004, предъявляемым к профессорско-преподавательскому составу образовательной организации высшего образования.

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет более **50 процентов** от общего количества научно-педагогических работников института.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих ОПОП, составляет 100 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень и (или) ученое звание, реализующих ОПОП, составляет более **70 процентов**.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень и (или) ученое звание, реализующих ОПОП, составляет более 65 процентов.

Доля работников научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью ОПОП (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), в общем числе работников, реализующих ОПОП составляет 5 процентов.

## **2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

2.1. Учебный план (Приложение № 1)

2.2. Календарный учебный график (Приложение № 2)

2.3. Рабочие программы дисциплин (Приложение № 3)

2.4. Программы практик (Приложение № 4,5,6,7)

## **3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**

### **3.1. Нормативно-правовые основы системы оценки качества освоения ОПОП**

Нормативно-правовое и методическое обеспечение текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации обучающихся по ОПОП осуществляется в соответствии с Уставом и другими локальными актами института:

- положением об учебно-методической деятельности по программам высшего образования;

- положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;

- порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры;

- стратегией по обеспечению качества подготовки выпускников;

- документами факультетов и кафедр.

### **3.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля обучения и промежуточной аттестации обучающихся**

Параметры и критерии оценивания в процессе текущего контроля качества обучения и промежуточной аттестации разработаны кафедрами института на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по ОПОП. Оценочные средства позволяют соотнести персональные достижения бакалавров с требованиями ОПОП и позволяют оценить знания, умения и уровень приобретенных общенаучных и профессиональных компетенций, соответствуют цели и задачам осваиваемой бакалаврской программы и учебному плану.

Оценочные средства сформированы с участием представителей работодателей.

Используемые средства контроля качества обучения обеспечивают оценку индивидуальных достижений, работу в группе, взаимную оценку обучающихся.

В качестве средств текущего контроля успеваемости используются устные опросы и собеседования, тестовые задания, письменные работы, а также анализ реальных случаев профессиональной деятельности, презентации, публикации, творческие проекты.

Промежуточная аттестация осуществляется в виде зачетов и экзаменов.

Оценка уровня подготовки обучающихся проводится с участием внешних экспертов и преподавателей смежных дисциплин.

Фонды оценочных средств промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости по ОПОП приведен в Приложении № 8.

### **3.3. Оценочные средства для проведения государственной итоговой аттестации выпускников (приложение № 9)**

Государственная итоговая аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО. Итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме. Итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы.

Проведение государственной итоговой аттестации с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий не допускается.

Выпускная квалификационная работа представляет собой законченную разработку управленческой задачи. Тематика работ должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки, техники, экономики, культуры. Тематика работ определяется выпускающей кафедрой, рассматривается и утверждается ученым советом факультета. Общий перечень тем квалификационных работ ежегодно обновляется.

При выполнении выпускной квалификационной работы студент должен:

- продемонстрировать умение формулировать цель исследования, определить его предмет и существенные результаты;

- сформулировать задачи для достижения поставленной цели, определить круг вопросов, требующих решения;
- продемонстрировать умение самостоятельно выбирать методы и находить пути решения экономических и управленческих проблем;
- показать умение работать с документами, научной литературой, электронными базами данных, Интернетом и другими источниками информации;
- проявить способность к обобщению и сравнению различных точек зрения на исследуемую проблему;
- самостоятельно собрать необходимые данные и применить соответствующие методы их обработки с использованием современных компьютерных технологий;
- разработать и обосновать практические рекомендации по улучшению ситуации на анализируемом объекте.

Выпускные квалификационные работы подлежат рецензированию. Порядок рецензирования устанавливается высшим учебным заведением.

Условия и сроки выполнения выпускных квалификационных работ устанавливаются ученым советом ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры» на основании Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации, требований ФГОС ВО по профилю Визуальные коммуникации.

#### **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

**Образовательная программа включает в себя 40 учебных дисциплин, в том числе дисциплин базовой части 17, вариативной - 23.**

ОПОП предусматривает 4 вида практик (учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, научно-исследовательская работа, преддипломная).

При разработке программы бакалавриата обучающимся обеспечивается возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору, в том числе специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья, в объеме 56 процентов вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)". Количество часов, отведенных по данному блоку на занятия лекционного типа составляет 38 процентов.

По всем дисциплинам и практикам разработаны, и утверждены в установленном порядке рабочие программы. Сформирована необходимая учебно-методическая документация и другие материалы. Они представлены в библиотеке университета, размещены на сайте, имеются на профильных кафедрах.

Реализация ОПОП обеспечивается доступом к электронной библиотечной системе всех обучающихся, в том числе одновременно из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. Осуществляется

оперативный обмен информацией с организациями сферы технологий управления.

В институте на основании договора с правообладателем (ООО «Директ-медиа») действует электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

По дисциплинам, изучаемым студентами данного направления подготовки, в библиотеке имеются печатные и электронные издания 185 наименований.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной и научной литературы по дисциплинам, изданными за последние пять лет.

Каждому обучающемуся обеспечивается доступ к комплектам библиотечного фонда и периодическим изданиям, соответствующим профессиональному циклу, а также доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

## **5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Здания и сооружения института соответствуют противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база КГИК обеспечивает проведение всех видов учебной, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Оборудованы учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, в том числе служащими для представления учебной информации большой аудитории (на 180 и 450 мест).

Для проведения занятий лекционного типа имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации к рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Учебно-исследовательская работа студентов обеспечивается деятельностью студенческого научного общества, регулярным проведением конференций и других мероприятий. В КГИК издается региональный научный журнал «Культурная жизнь Юга России», выпускаются 3 электронных журнала.

Выделены помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде института. Учебно-творческая работа студентов обеспечена работой в лаборатории информационных технологий в социокультурной сфере и фотолаборатории.

Институт обеспечен лицензионным программным обеспечением в соответствии с рабочими программами дисциплин (модулей) и практик.

Определены помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

### **Условия реализации ОПОП для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.**

Реализация ОПОП для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья основывается на требованиях ФГОС ВО, Положения об инклюзивном образовании, принятого решением Ученого совета КГИК от 30 июня 2015 года (протокол № 8).

Институт создает необходимые условия, направленные на обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ОВЗ:

- специальная страница на сайте института;
- пандусы, поручни, распашные двери и др.;
- специальное учебное, медицинское оборудование;
- специально оборудованные санитарно-гигиенические помещения;
- оснащение помещений предупредительной информацией, обустройство информирующих обозначений помещений.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости получают образование на основе адаптированных образовательных программ. Адаптация осуществляется путем включения в вариативную часть образовательной программы специализированных адаптационных дисциплин (модулей). Для инвалидов образовательная программа формируется с учетом индивидуальной программы реабилитации инвалида, подготовленной психолого-медико-педагогической комиссией или федеральным учреждением медико-социальной экспертизы.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

ОПОП обеспечивает специализированные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья для освоения дисциплин (модулей).

Выбор мест прохождения практики осуществляется с учетом состояния здоровья инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и при условии выполнения требований по доступности.

Текущий контроль успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации обучающихся осуществляется с учетом особенностей нарушений их здоровья.

В институте создана толерантная социокультурная среда, деканатами назначаются лица, ответственные за обеспечение условий для получения образования и обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляется волонтерская помощь из числа студентов. Осуществляются меры по медицинскому сопровождению получения образования лицами с ограниченными возможностями здоровья, а также по их социальной поддержке.

## **6. МЕТОДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ**

Для сопровождения образовательного процесса по ОПОП разработаны:

- методические материалы для учебных дисциплин по видам занятий: лекционных, практических;
- методические материалы по прохождению практик и научно-исследовательской работы;
- методические материалы для самостоятельной работы бакалавров;
- методические материалы по текущему контролю, промежуточной и государственной итоговой аттестации.

### **Разработчики**

А.В.Кудинова - к.и.н, доцент, зав.кафедрой арт-бизнеса и рекламы

С.А. Морозов – д.ф.н., профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы

### **Рецензенты:**

**Фокин Д.Н. - кандидат географических наук, генеральный директор, ООО «Кар Икс Технолоджис», г. Москва**

**Сомова Е.Г. - доктор филологических наук, профессор кафедры электронных СМИ и новых медиа Кубанский государственный университет**