Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зенгин Сергей Семенович
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.09.2023 15:11:33
Уникальный программный ключ:
6a5d8615911b6f6409e56c2d301686fe076872cb

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

ПРИНЯТО:
Решением Ученого Совета
Краснодарского государственного
института культуры
«29» августа 2023 года
Протокол № 10

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор Краснодарского
государственного института
культуры
_____ С.С. Зенгин
«29» августа 2023 года

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования

Направление подготовки

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль
Арт-бизнес и реклама

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения – **очная, заочная**

(год начала подготовки 2020)

Краснодар, 2023

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……... 381
1.4.1. Квалификация, присваиваемая выпускникам……. 381
1.4.2 Область профессиональной деятельности выпускников…… 38
1.4.3 Объекты профессиональной деятельности выпускников……... 38
1.4.4 Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники…… 38
1.4.5. Направленность образовательной программы…… 38
1.4.6. Планируемые результаты освоения образовательной программы…… 381
1.4.7. Объем, структура и срок освоения образовательной программы ……. 41
1.4.8. Сведения о профессорско-преподавательском составе …… 41
2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРО ГРАММЫ…….. 42
2.1. Учебный план……..... 42
2.2. Календарный учебный график…… 42
2.3. Рабочие программы дисциплин …….. 42
2.4. Программы практик …….. 42
3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА …… 42
3.1. Нормативно-правовые основы системы оценки качества освоения ОПОП……..... 42
3.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля обучения и промежуточной аттестации обучающихся…… 43
3.3. Оценочные средства для проведения государственной итоговой аттестации выпускников…….. 43
4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ……... 44
5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА …… 45
6. МЕТОДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ……..... 47

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 19 декабря 2013 г. № 1367;
- 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 08 июня 2017 г. № 532, зарегистрированным Министерством юстиции РФ 29 июня 2017 г. № 47233 и основной профессиональной 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 арт – бизнеса и рекламы.

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

Задачи ОПОП:

а) реализация требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль - Арт- бизнес и реклама;

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

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 **универсальными компетенциями (УК):**

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- способен осуществлять социальное взаимодействие и и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах) (УК-4);
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен управлять своим временем , выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);
- способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);

- способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

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

- способен определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

- способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности (ОПК-2);

- способен учитывать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности (ОПК-3);

- способен принимать участие в образовательном процессе, используя разработанные методические материалы, различные системы и методы преподавания (ОПК-4);

- способность использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5);

- способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-6);

- способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7);

- способность ориентироваться в различных типах словесной культуры (ОПК-8);

- способен ориентироваться в проблематике современной государственной культурной политике Российской Федерации (ОПК-9);

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

- способность проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук (ПК-1);

- владение навыками эвристики в профессиональной деятельности (ПК-2);

- способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественно-творческие проекты (ПК-3);

- владение навыками управление информацией на основе информационных технологий (ПК-4);

- способность работать в профессиональных коллективах, способность обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами

при видах профессиональной деятельности в социально-культурной сфере (ПК-5);

- способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в социально-культурной сфере (ПК-6);

- способность организовывать и проводить социологические и маркетинговые исследования (ПК-7);

- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-8);

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-9);

- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-10);

- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, организовывать публичное экспонирование объектов массового восприятия (ПК-11);

- владение навыками разработки и продвижения коммуникационного послания на различных видах носителей (ПК-12).

Индекс	**Наименование дисциплины (практики)**	Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
			знать	уметь	владеть
Б1.О.01	Русский язык и культура речи	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4.)	- основы культуры речи, нормы деловой письменной и устной речи, процессы организации эффективной речевой коммуникации	- практически на высоком уровне реализовывать правила диалогического общения	-опытом составления официаль-ных доку-ментов
Б1.О.02	Иностранный язык	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и	- - основы культуры речи, нормы деловой письменной и устной речи, процессы организации эффективной речевой	- практически на высоком уровне реализовывать правила диалогического общения	-опытом составления официаль-ных документов

		иностранном(ых) языке(ах) (УК-4.)	коммуникации		
Б1.О.03	Философия	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, - применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1)	- основные понятия и принципы философской методологии и логики для научного и практического применения	- применять принципы современ-ной методоло-гии для решения теоретических и практических задач	- опытом применения современной философской методологии, в том числе системной, для решения поставленных задач
		Способен вос-принимать меж-культурное разнообра-зие общества в социально-историческом, этическом и фило-софском контекстах (УК-5)	- основные парадигмы, концепции и теории, объясняющие культуро-генез и многообразие культурно-цивилизацион-ного процесса	- объяснять процессы культурной дифферен-циации и интеграции, межкультурного взаимо-действия с позиций толерантности	- навыками изучения, прогнозирования и объяснения культурных процессов глобально и в полиэтническом регионе, в частности
Б1.О.04	История	Способен вос-принимать меж-культурное разнообра-зие общества в социально-историческом, этическом и фило-софском контекстах (УК-5)	- приоритетные цели и задачи, направления политического, социально-экономического, военного, культурного развития Российского государства на определенных этапах его существования	- участвовать в дискус-сиях по историческим проблемам, формули-ровать собственную позицию по обсуж-дае-мым вопросам, используя для аргументации исторические	- опытом использования историчес-ких знаний в практичес-кой подготовке к будущей профессио-нальной деятельности

				сведения	
Б1.О.05	Безопасность жизнедеятельности	Способен создавать и поддерживать безопас-ные условия жизне-деятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).	- теоретические, организа-ционно-методические - основы обеспечения безопасности жизнедея-тельности; - правовые, нормативно-технические и организа-ционные - основы охраны тру-да и гражданской защиты	- идентифицировать основные опасности среды обитания человека, в том числе источников ЧС, оценивать риск их реализации; - выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятель-ности	- навыками оценки уровней опасностей в системе «человек – среда обитания» с целью обеспечения безопас-ности и защиты окружающей среды
Б1.О.06	Психология	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команд (УК-3)	- приемы работы в команде, способы распределения ответственности и нейтрализации конфликтов	- определять свою роль в командном взаимо-действии, оценивать эффектив-ность работы каждого члена коллектива и команды в целом	- опытом коллектив-ного решения задач, создания команды и руководства ее деятель-ностью
		Способен - принимать	- методологию и методику	разрабаты-вать и	- опытом подготовки

		участие в образовательном процессе, используя разработанные методические материалы, различные систем (ОПК-4).	писхологии преподавания в сфере дополнительного образования в рамках профильной подготовки	применять в образовательном процессе психолого-педагогческие технологии в сфере дополнительного образования в рамках профиля профессиональной подготовки	психолого-педагогического обеспечения методических материалов в области дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки	
		.Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7).	- методы психологического обеспечения педагогического воздей-ствия на аудиторию в сфере дополнительного образования в рамках профильной подготовки	- разрабатывать и применять методы психологического обеспечения педагогического воздействия на аудиторию в сфере дополнительного образования в рамках профиля профессиональной подготовки	- опытом разработки психолого-педагогического обеспечения методических материалов в области дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки	
Б1.О.07	Педагогика	Способен - принимать участие в образовательном процессе, используя разработанные методические материалы,	-методологию и методику применения педагогического обеспече-ния и педагогических техноло-гий, исполь-зуя разрабо-танные	разрабатывать и применять в практической деятельности методические материалы	- опытом разработки и применения в практической деятельности методических	

		различные системы и методы преподавания (ОПК-4.)	методи-ческие материалы, различные системы и методы в	в сфере дополни-тельного образова-ния в рамках профиля профессион альной подготовки	материаллв в сфере дополни-тельного образова-ния в рамках профиля профессион альной подготовки
		Способен анализировать основные контексты социального взаимодействи я (ОПК-7).	- анализиро-вать и использовать в практичес-кой педагоги-ческой деятельности различные контексты социального взаимодей-ствия в области допонитель-ного образования в рамках профиля профессиональн ой подготовки	-применять методы анализа основных контекстов социально-го взаимо-действия в области дополни-тельного образования в рамках профиля профессион альной подготовки	- опытом использован ия методов анализа основных контекстов социально-го взаимо-действия в области дополни-тельного образова-ния в рамках профиля профессион альной подготовки
Б1.О.08	Основы государственной культурной политики Российской Федерации	Способен вос-принимать меж-культурное разнообра-зие общества в социально-историческом, этическом и фило-софском контекстах (УК-5)	- основные парадигмы, концепции и теории, объясняющие культуро-генез и многообразие культурно-цивилизацион-ного процесса	- объяснять процессы культурной дифферен-циации и интеграции, межкультур ного взаимо-действия с позиций толерантнос ти	- навыками изучения, прогнозиров ания и объяснения культурных процессов глобально и в полиэтничес ком регионе, в частности
		Способен ориентироватьс я в проблематике современной государственно й культурной	- основные направления государственной культурной политики РФ	- использоват ь нормативно-правовую базу и основные	- навыками применения основных положений государстве нной культурной

		политики Российской Федерации (ОПК-9).		положения государстве н-ной культурной политики РФ в реализации задач профессио-нальной деятельност и в области профиля профессион альной подготовки	политики при решении задач профессион альной деятельност и в сфере профиля профессион альной подготовки
Б1.О.09	Предпринимательство и проектная деятельность	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, - применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1).	- основные понятия и принципы философской методологии и логики для научного и практического применения	- - применять принципы современно й методологи и для решения теоретическ их и практически х задач	- - опытом применения современно й философско й методологи и, в том числе системной, для решения поставленн ых задач
		Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов(УК-1).	- современную методологию и технологию управления проектами	- определять цели проекта и разделять деятельност ь на отдель-ные взаимо-зависимые задачи	- методами менеджмен-та, маркетинга и проект-ного анализа, навыками оценки эффективно сти и рисков проекта
		Способен - использовать в познавательной	- методологию и методы использования в	- использо-вать методо-	- опытом применения в

		и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5)	познавательной и профессио-нальной деятельности базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	логию и методы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук в познаватель-ной и профессио-нальной деятельности	познавательной и практичес-кой профессиональной деятельности базовых знаний в области гуманитар-ных, социальных, экономических и естествен-ных наук
Б1.О.10	Основы права	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2.)	- современную методологию и технологию управления проектами	- определять цели проекта и разделять деятельность на отдельные взаимоза-висимые задачи	- методами менеджмен-та, маркетинга и проектного анализа, навыками оценки эффективности и рисков проекта
Б1.О.11	Основы самоорганизации личности в процессе обучения и профессиональной деятельности	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6.)	- специфику учебной и профессиональной деятельности, приемы самоорганизации и саморазвития в течение всей жизни	- рганизовывать собственную профессиональную деятельность и общение, строить траектории профессионального	-опытом самоорганизации в процессе обучения и определения ключевых задач профессио-нального саморазвития

				саморазвития	
Б1.О.12	Физическая культура и спорт	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)	- научно-биологические и практические - основы физической культуры, спортивной тренировки и здорового образа жизни - - основы планирования самостоятельных занятий с учетом индивидуальных возможностей организма.	-определять индивидуальные режимы физической нагрузки, контролировать направленность ее воздействия на организм с разной целевой ориентацией	- - опытом рациональной организации и проведения самостоятельных занятий в соответствии с индивидуальными возможностями организма - опытом применения средств оздоровления для самокоррекции здоровья и физического развития
Б1.О.13	Деловые коммуникации	.Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7).	- принципы и закономерности деловой корпоративной культуры организации; - технологии проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телекоммуникационного делового общения; - основы делового протокола.	- использовать методологию и методы теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации	- опытом применения методологии и методов анализа теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации

Б1.О.14	История рекламы	. Способен учитывать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности (ОПК-3)	- основные исторические этапы развития рекламы как социального института, - системообразующие характеристики рекламы в тот или иной исторический период;	-соотносить предъяв-ленные рекламные материалы с опреде-ленным этапом развития в развитии института рекламы, культурой той или иной страны	-методоло-гией и методикой социально-историческо го анализа рекламной комму-никации, рассматрива я ее в широком социально-историческо м контексте; культурой использова-ния накопленног о историческо го опыта в профессион альной дея-тельности; - опытом анализа историко-культурных генетически х кодов в современны х рекламных продуктах.
		Способен - использовать в познавательной и профессио-нальной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических (ОПК-5)	- основы истории рекламы	- применять в практическо й познаватель ной деятельност и в сфере профиля профессион альной подготовки знаний в области	- - опытом применения в практическо й познава-тельной деятельност и в сфере профиля профес-сиональной подготовки знаний в области

				истории рекламы	истории рекламы
Б1.О.15	Имиджелогия	Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7).	-классифи-кацию раздичных видов имиджа; - теорию и практику формирования различных типов имиджа	- способность анализировать и разрабатывать различные виды имиджа публичных персон и организаций в рамках основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	- опытом использования теоретических и прикладных знаний в области анализа, разработки продвижения различных видов имиджа с учетом контекста социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
Б1.О.16	Экономическая теория	Способен - использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5)	- методологию и методику использования в познаватель-ной и профессиональной деятельности базовых знаний экономичес-кой теории	- применять в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания экономической теории	- опытом применения в познавательной и профессиональной деятельности базовых знаний экономической теории
Б1.О.17	Фотографика	.Способен - использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области	- основы теории и практики фотографики	- применять в практической познавательной деятельности в сфере профиля	- опытом применения в практической познавательной деятельности в сфере профиля

		гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук (ОПК-5)		профессиональной подготовки знаний в области теории и практики фотографики	профес-сиональной подготовки знаний в области теории и практики фотографи-ки
Б1.О.18	Теория и практика арт-бизнеса и рекламы	Способен - использовать в познавательной и профессиональной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук (ОПК-5).	-теоретические - основы арт-бизнеса и рекламы, экономические механизмы, технологию, регулирование арт-бизнес сферы и рекламной деятельности; -методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуника-тивной эффективности арт-бизнес предприятий и рекламных кампаний.	- выстраи-вать стратегию с учетом современных достижений в сфере арт-бизнеса и рекламы- -оптимизи-ровать расходы как при выборе и реализации различных стратегий развития арт-бизнеса и рекламы	- опытом взаимодействия в группе в ходе постановки целей и задач, определения актуальных проблем и способов их решений в сфере арт-бизнеса и рекламы; в разработке концепции и проектиро-вании рекламного продукта и планирова-нии рекламных кампаний с использованием базовых знаний в области гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук
Б1.О.19	Связи с общественностью	Способен анализировать основные	- средства и технологические особенности	- способность применять	-опытом использо-вания

		контексты социального взаимодействия взаимодействия (ОПК-7).	коммуникативных процессов в связях с обществен-ностью в основных аспектах контекстов социального взаимодействия;	методоло-гию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодей-ствия	методоло-гию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
Б1.О.20	Экономика организаций малого бизнеса	Способен использовать в познавательной и профессио-нальной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5).	- методологию и методику использования в познаватель-ной и профессио-нальной деятельности базовых знаний в области микроэконо-мики	- применять в практике познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области микроэкономики	- опытом использования в практике познавате-льной и профессиональной деятель-ности базовых знаний в области микроэкономики
Б1.О.21	Интегрированные коммуникации	Способен определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-комму-никационных технологий и с	-теорию и методологию концепции интегрированных коммуникаций, - базовые элементы интегрированных коммуникаций, типологию ИК-сообщений, инструменты интегрированных коммуникаций	-планиро-вать интегрированные кампании в продвижении визуальных продуктов, разрабатывать стратегию коммуникативной политики организаций и компаний	-опытом применения навыков ИК-инструментов, построения интегрированных коммуникационных программ

		учетом основных требований инфор-мационной безопасности (ОПК-1.)			
		Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7).	- методологию анализа и методику использования различных средств интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	- применять в профессиональной деятельности технологии и различные средства интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	- оптытом применения в профессиональной деятельности и прикладных технологий интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
		Способен ориентироватьс я в различных типах словесной культуры (ОПК-8)	- основы теории и практики коммуникативистики	- применять в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы теоретические знания и прикладные технологии современной коммуникативистики	- опытом практического применения создания интегрированных каналов медиаком-муникаций по продвиже-нию вербальной и креолизо-ванной продукции в

					фсере арт-бизнеса и рекламы
Б1.О.22	Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе	Способен - использовать в познавательной и профессиональной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук (ОПК-5).	- основные концепции менеджмента и мар-кетинга; - содержание основных принципов организации систем управления в сфере профиля профес-сиональной подготовки; - содержание основных принципов организации маркетинговой деятель-ности в сфере профиля профессиональной под-готовки; - основные технологии менеджмента в сфере профиля профессио-нальной подготовки; - основные технологии маркетинга в сфере профиля професси-ональной подготовки;	- анализировать во взаимосвязи явления и процессы управления на микро- и макроуровне; - использовать источники экономи-ческой, социальной, управлен-ческой информации - выявлять и анализировать проблемы организации и эффективности систем управления в сфере профиля профессио-нальной подготовки; - выявлять проблемы маркетингового характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения; -	основами методологии и основными методами анализа систем управления и систем маркетинговой деятель-ности; принципами и методами создания и развития систем управления в сфере профиля профес-сиональной подготовки; - методами разработки маркетинговых про-грамм и маркетин-говой политики; - методикой сегментации целевых рынков и выработки коммуника-ционной политики в отношении целевых аудиторий; - методикой

				анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследований; -планировать и проводить коммуникационные кампании по продвижению товаров и услуг на рынок.	оценки маркетинговой деятельности предприятия /организации
		Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ПК-7).	- принципы теории и практики менеджмента и маркетинга в арт-бизнесе и рекламе	- применять в процессе профессиональной деятельности методы менеджмента и маркетинга в сфере профиля профессиональной подготовки	- опытом прикладного использования современных концептуальных подходов и технологий менеджмента и маркетинга в арт-бизнесе и рекламе
Б1.О.23	Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе	Способен определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	- общую характеристику процессов сбора, передачи и накопления информации; - технические и программные средства и реализацию информационных процессов;	-- использовать программные технические средства информационных систем в предметной области; -- использовать информационно-	-опытом использования методиками анализа предметной области; - опытом применения методики декомпозиции

		с применением информационн о-комму-никационных технологий и с учетом основных требований информацион-ной безопас-ности (ОПК-1.)	- теорию информа-ционных систем в предметной области; - информацион-ные технологии в информацион-ных системах в предметной области; - перспективы развития информационны х технологии и информационны х систем в предметной области, их взаимосвязь со смежными областями; - информаци-онные системы в смежных предметных областях;	поисковые средства локальных и глобальных вычислител ьных и информацио нных сетей; -- использо-вать информаци-онных технологии и знания общей информаци-онной ситуации информаци-онных ресурсов предметной области;	информаци-онных систем на подсистемы; -практичес-кими навыками использова-ния информаци-онных технологий в различных информаци-онных системах

		Способен - использовать в познавательной и профессио-нальной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5).	-методологию и методы использования в познавательной и профессио-нальной деятельности в сфере информаци-онных технологий в арт-бизнесе и рекламе базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	- применять в познава-тельной и профессиональной деятельно-сти в сфере информа-ционных технологий в арт-бизнесе и рекламе базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естествен-ных наук	- опытом использования в познава-тельной и профессиональной деятельно-сти в сфере информа-ционных технологий в арт-бизнесе и рекламе базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естествен-ных наук
		Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7.)	- методологию и методы анализа основных контекстов социальных взаимодействий при использовании информационных технологий арт-бизнесе и рекламе	- рационально использовать методы анализа основных контекстов социальных взаимодей-ствий при использовании информационных технологий арт-бизнесе и рекламе в сфере профиля профессиональной	- опытом использования методов анализа основных контекстов социаль-ных взаимо-действий при использовании информационных техноло-гий в арт-бизнесе и рекламе в сфере профиля профессиональной подготов-ки

				подготовки	
Б1.О.24	Исследования в арт-бизнесе и рекламе	Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности (ОПК-2).	- понятийный аппарат исследований в арт-бизнесе и рекламе; - методологию организации и проведения исследований в арт-бизнесе и рекламе; - основные методы анализа в арт-бизнесе и рекламе; - основные методы определения эффективности проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе; - основные формы и технологии представления результатов исследований в арт-бизнесе и рекламе.	-сделать обоснованный выбор качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; - разрабатывать и - применять основные инструменты для применения качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; -обрабатывать и анализировать результаты проведенного исследования в арт-бизнесе и рекламе; -подготовить отчет о результатах проведенного исследования в арт-бизнесе и рекламе	- навыками сбора информации с помощью качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; - основами социологического анализа; - основами анализа систем управления; - основами визуального анализа; - основами маркетингового анализа.
Б1.О.25	История искусств	Способен учитывать многообразие	- основные характерные черты	- применять в профессио-	- опытом использования

		достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности (ОПК-3)	сложившихся традиций и стилей и их характерные черты в отечественной и зарубежной культуре и искусствах;	нальной деятельности сложившиеся традиции и стили и их характерные черты в отечественной и зарубежной культуре и искусствах;	многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности
		Способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-6.)	- специфику и статус различных видов искусств в историко-культурном контексте	- использовать в практике профессиональной деятельности знания специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте	- опытом практического использования в профессиональной деятельности знания специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте
Б1.О.26	Практика графического дизайна	Способен учитывать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности (ОПК-3.)	- основные принципы и технологии графического дизайна в рекламе	- использовать в практике разработки арт-объектов и рекламных продуктов основных принципов и технологий графичес-кого дизайна в рекламе	- опытом использования в практике разработки арт-объектов и рекламных продуктов основных принципов и технологий графи- -кого дизайна в рекламе

Б1.О.27	Инфографика	Способен - использовать в познавательной и профессиональной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5).	- способы соотнесения разных типов графиков, диаграмм и схем с разными типами исследовательских проблем и прикладных задач. - теорию и практику применения визуального мышления в проектировании и отчётных презентациях. - современные концепции и методики инфодизайна и инфографики в различных гуманитарных научных дисциплинах	- превращать исходные количественные показатели в дискретные качественные признаки, а исходные качественные признаки деконструировать в количественные в соответствии со спецификой изучаемых явлений и процессов исторического прошлого и современ-ности. - -создавать целостные интеграль-ные визуальные модели для описания смысловых и социальных систем с множеством аналитичес-ких критериев.	- специализи-рованными приложениями по созданию инфографики; - программами для верстки и визуализации данных. - опытом деятель-ности: по использова-нию современ-ных технологий визуализации данных.
Б1.О.28	Элективные курсы по физической культуре и спорту	Способен поддерживать должный уровень физической	- теоретико-методические и организационные - основы физической	- определять возможности различных средств, методов и	- двигательными умениями и навы-ками

		подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)	культуры и спорта	методических приемов организации в обучении, развитии и воспитании; - - применять адекватные средства и методы развития физических ка-честв	различных видов спорта и систем физических упражнений, определяю-щих психофизическую готовность к профес-сиональной деятельности
Б1.В.	**Часть, формируемая участниками образовательных отношений**				
Б1.В.01	Бизнес-планирование	-Способен разрабатывать и реализовы-вать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и реклам(ПК-1)	-- основы теории и практики бизнес-планирования в сфере арт-бизнеса и рекламы	- основные принципы разработки и реализации бизнес – плана в структуре прикладного проектирования в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом разработки, представления, реализации, контроля и анализа эффективности бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	- методлогию и методику разработки структуры и содержания бизнес-планов в арт-бизнесе с использованием современного программного ИТ-обеспечения	- составлять и представ-лять бизнес-планы в сфере арт-бизнеса с примене-нием современ-ных информационных и коммуникационных технологий	- опытом разработки и публичного представ-ления бизнес-планов потенциальным стейкхол-дерам и инвесторам

Б1.В.02	Деловой иностранный язык	Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3).	-методологию и методику использования знаний иностранного языка в разработке и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	применять полученные теоретические знания на практике в процессе делового общения	системой лингвистических знаний, включающей в себя знания основных правил ведения деловой переписки и составления и перевода деловых контрактов
Б1В.03	Искусствознание	Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4);	-основные концепции искусствознания	анализировать художественное произведение с опорой на знание теории искусствоведения	навыками анализа художественных произведений
Б1.В.04	Современная массовая культура	Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	- основы теории и практики современной массовой культуры	- применять в рамках участия в практической профессиональной деятельности под руководством методологию и методику исследований современной массовой культуры	- опытом участия в использовании в практической профессиональной деятельности под руководством методологию и методику исследований современной массовой культуры

Б1.В.05	Эвент-технологии	Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	- основы теории и практики бизнес-планирования в сфере арт-бизнеса и рекламы	основные принципы разработки и реализации бизнес – плана в структуре прикладного проектирования в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом разработки, представления, реализации, контроля и анализа эффективности бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы
Б1.В.06	Управление креативными проектами	Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	- основные концепции управления креативными проектами	- учитывать особенности управления креативными проектами	- опытом участия в управле-ния креатив-ными проектами под руковод-ством специа-листов
		Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	- основные концепции управления креативными проектами в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в профессиональной деятельности под руковод-ством особенности управления креативными проектами в арт-бизнесе и рекламе	- опытом примене-ния под руководством мето-дологии и методики управле-ния креатив-ными проектами в арт-бизнесе и рекламе
Б1.В.07	Правовое регулирование в сфере культуры и культурных индустрий	Способен разрабатывать и реализовы-	-нормативно-правовые акты в	- применять в профессиональной	- опытом исполь-зования в

		вать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса (ПК-1)	области правового регулирования в сфере культуры и культурных индустрий	деятельности знания акты в области правового регулирования в сфере культуры и культурных индустрий	профессиональной деятельно-сти знания акты в области правового регулирования в сфере культуры и культурных индустрий
Б1.В.08	Краудфандинг и фандрайзинг	Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	- принципы и основы технологий краудфандинга и фандрайзинга	- принимать участие под руководством в практической деятельности принципы и технологии краудфандинга и фандрайзинга	опытом участия в применении под руководством техноло-гий краудфанлинга и фандрайзинга
Б1.В.09	Арт-рынок современного искусства	-Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса (ПК-1)	- основы функционирования арт-рынка и его субъектов и создания конкурентоспособных бизнес-проектов	- принимать участие под руководством в использовании принципов и методов сегментации арт-рынка и выделении целевых сегментов профильной направленности для инициирования арт-бизнес проектов	- опытом участия в бизнес-проектировании под руководством на конкурентных арт-рынках
		Способен управлять знаниями,	- основы методологии и методики	- применять методологию и	- опытом проведения научных

		проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнес (ПК-4)	исследования арт-рынка современного искусства	методику прикладных научных исследовани й арт-рынка современног о искусства с целью получения конкретных результатов для определения фазы жизненного цикла арт-рынка, субъектов арт-рынка, их конкурент-ных позиций и прогнози-рования тенденций развития арт-рынка в ближайшей перспективе для использова-ния в сфере профиля профессио-нальной деятельност и	исследований арт-рынка современ-ного искусства и исполь-зования получен-ных результатов в сфере арт-бизнеса
Б1.В.10	Визуальные объекты массового восприятия	-Способен разрабатывать и реализо-вывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса (ПК-1)	- основные концепты виязуальных объектов массового восприятия	- использовать в разработке и реализации бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы визуальных аспектов массового восприятия	- опытом использования в практике проектной деятельностив арт-бизнесе и рекламе визуальных объектов массового восприятия

		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе (ПК-4)	- концептуальные подходы и методы прикладного научного анализа визуальных объектов массового восприятия	- использовать методологию и методы прикладного научного анализа в изучении визульных объектов массового восприятия в целях использования в сфере профидя профессиональной деятельности	- опытом испоьзования результатов прикладных научных исследований визуальных объектов массового восприятия в планировании и организации городских визуальных пространств, выставочной, галерейной и музейной деятельности
Б1.В.ДВ.01.01	Психология рекламы	Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе (ПК-4)	- методологию и методику прикладных психологических исследований в арт-бизнесе и рекламе	- применять в рекламных исследованиях под руководством методологию и методику психологического анализа потребительского поведения и психологической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений	- опытом проведения под руководством психологического анализа потребительского поведения и психологической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений и использования их результатов в профессиональной деятельности
Б1.В.ДВ.01.02	Психология творчества	Способен управлять знаниями, проводить	- методологию и методику прикладных психологических исследований в	- применять в прикладных исследованиях под руководством	- опытом проведения под руководством психологического анализа

		прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнес (ПК-4)	сфере творчества	методологию и методику психологическ ого анализа творчества в арт-бизнесе и рекламе	творчества в арт-бизнесе и рекламе и использования их результатов в профессиональн ой деятельности
Б1.В.ДВ.02	**Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ. 2)**				
Б1.В.ДВ.02. 01	Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе	Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3).	- основы теории и практики разработки визуального контента в рекламе	- разрабатывать под руководством визуальный контент в рекламе	- опытом разработки под руководством визуаль-ного контента в рекламе
Б1.В.ДВ.02. 02	Разработка и технология производства рекламного продукта	Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3).	- основы технологии производства рекламного продукта	- применять под руководством технологии производства рекламных продуктов	- опытом производства под руководством рекламных продуктов
Б1.В.ДВ.03		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнес (ПК-4)	- основы методологии и методики проведения прикладных исследований и использова-ния их результатов при разработ-рекламного продукта	-применять методологи ю и методы прикладного анализа при разработке и продвиже-нии рекламных продуктов	- опытом проведения прикладных научных исследова-ний и использова-ния их результатов в разработке и продвиже-нии реклам-Ных продуктов
Б1.В.ДВ.03. 01	Аудио-видеопроизводство коммуникационного продукта	Способен - применять методы управления	- теоретические и прикладные аспекты управления аудиовидеопроизв	- организовыват ь и практически осуществлять	- опытом управления под руководством организацией и практическим

		арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий(ПК-2)	одством коммуникационных продуктов	под руководством управление аудиовидеопроизводством коммуникационных продуктов в области арт-бизнеса и рекламы	аудиовидеопроизвод-ством коммуни-кационных продуктов в области арт-бизнеса и рекламы
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3.)	- основы технологий аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта	- использовать под руководством технологии аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта	- опытом использования под руководством технологий аудио-видеопроизводства коммуникационного рекламного продукта
Б1.В.ДВ.03.02	Аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и рекламе	Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2).	- основные принципы управления применением аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе	- применять под руководством основные принципы управления использованием аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе	- опытом управления под руководством использованием под руководством аудио-визуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3).	- основы аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе	- применять под руководством аудиовизуальные технологии в арт-бизнесе и рекламе	- опытом применения под руководством аудиовизуальных технологий в арт-бизнесе и рекламе
Б1.В.ДВ.04.01	Брендинг и проектирование потребительской культуры	-Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-	- методологию брендинга и потребительской культуры и методы их формирования и	- применять в профессиональной деятельности по профилю подготовки	- опытом применения в профессиональной деятельности принципов и технологий

		проектов в сфере арт-бизнеса (ПК-1)	развития	методологию и методику брендинга, брендбилдинга и проектирования потребительской культуры целевых сегментов на конкурентных рынках	брендинга и брендбилдинга в в профессиональной деятельности по профилю подготовки
		Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использова-нием информационных и коммуникативных технологий (ПК-1)	- методологию управления брендингом и потребительскоой культурой и методами их формирования и развития	- применять в профессиональной деятельности по профилю подготовки под руководством методоло-гию и методику управления брендинги, брендбилдингом и проектированиаем потребительской культуры целевых сегментов на конкурентных рынках	- опытом применения в профессиональной деятельности под руководством принципов управления техноло-гиями брендинга и брендбилдинга в арт-бизнесе и рекламе
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	- основы брендинга и проектирования потребительской культуры	- использовать под руководством в рекламной деятельности технологии брендинга и проектирования потре-бительской культуры	- опытом использования под руководством в рекламной деятельности технологии брендинга и проектирования потре-бительской культуры
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать	- принципы и технологии брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и технологии брендинга и формирования потребительск	- опытом использования под руководством в прикладных исследованиях и профессиональной деятельностипринципов и

		их результаты в арт-бизнес (ПК-4)		ой культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы	технологий брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их результатов в профессиональн ой деятельности
Б1.В.ДВ.04.02	Социальный брендинг	-Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса (ПК-1)	- методологию разработки и применения в практической деятельности технологий социального брендинга	- - использовать в практической деятельности в области профиля подготовки принципы методологии и технологии социального брендинга	- опытом применения в практической деятельности принципов и технологий социального брендинга в соответствии с профилем подготовки
		Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использование м информационн ых и коммуникативн ых технологий (ПК-2)	- методологию управления разработкой и применением в практической деятельности технологий социального брендинга	- - использовать в практической деятельности под руководством в области профиля подготовки принципов управления технологиями социаль-ного брендинга	- опытом применения в практической деятельности под руководством принципов управления технологиями социального брендинга в соответствии с профилем подготовки
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса(ПК-3).	- основы теории и практики социального брендинга	- применять под руководством технологии социального брендинга в рекламной деятельности	- опытом применения под руководством техноло-гии социального брендинга в рекламной деятельности
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные	- принципы и технологии брендинга и формирования потребительской культуры в сфере	- использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и	- опытом использования под руководством в прикладных исследованиях и

		научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнес(ПК-4)	арт-бизнеса и рекламы	технологии брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы	профессиональной деятельностипринципов и технологий брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их результатов в профессиональной деятельности
Б1.В.ДВ.05	**Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ. 5)**				
Б1.В.ДВ.05.01	Копирайтинг	Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	- основы копирайтинга в рекламной деятельности	- использовать под руководством технологию копирайтинга в рекламной деятельности	- опытом применения под руководством технологий копирайтинга в рекламной деятельности
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные (исследования и - использовать их результаты в арт-бизнес(ПК-4)	- методологию и методику исследования и использования их результатов в области креолизованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять под руководством в прикладных исследованиях и практике профессиональной деятельности исследования и - использовать их результатов в области креолизованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы методологию и методику	- опытом применения под руководством в прикладных исследованиях и профессиональной деятельности методологии и методики анализа и использования его результатов в связях с общественностью и рекламе в сфере арт-бизнеса и рекламной деятельнос

					ти
Б1.В.ДВ.05.02	Креолизованные тексты	Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК3)	- основы теории и практики создания креолизованных текстов	- использовать под руководством технологии создания креолизованных текстов в рекламной деятельности	- опытом использовании под руководством техно-логий создания креолизованных текстов в рекламной дея-тельности
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнес(ПК-4)	- методологию и методику исследования и использования их результатов в области креолизованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять под руководством в прикладных исследованиях и практике профессиональной деятельности исследования и - использовать их результатов в области креолизованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы методологию и методику	- опытом применения под руководством в прикладных исследованиях и профессиональной деятельности методологии и методики анализа и использования его результатов в связях с общественностью и рекламе в сфере арт-бизнеса и рекламной деятельности
Б2.О.01 (У)	Ознакомительная практика	Способен - использовать в познавательной и профессиональной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических	- основы теоретических и практических знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	- использовать в практической познавательной деятельности в профессиональной сфере базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных	- опытом применения в практической познава-тельной профессио-нальной сфере базовых знаний в области гуманитарных, социаль-ных, экономических и естественных наук

		и естественных наук (ОПК-5)		наук	
		Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7)	- основы анализа теоретических и прикладные аспектов основных контекстов социального взаимодействия	-использовать в профессиональной деятельности под руководством принципы и результаты анализа теоретических и прикладные аспектов основных контекстов социального взаимодействия	- - опытом применения в профессиональной деятельности под руководством принципы и результаты анализа теоретических и прикладные аспектов основных контекстов социального взаимодействия
		Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	- - основы методологии и технологий управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	- - применять под руководством - основы и методологии и методики управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	- опытом использования под руководством основ методологии и методики управления арт-бизнесом и рекламой с использова-нием информационных и коммуникативных технологий
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса(ПК-3).	- основы теории и практики рекламы в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- участвовать под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- опытом участия под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и	- основные концептуальные подходы к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы	- участвовать под руководством в определении основных концептуальных подходов к исследованиям	- опытом участия в определении под руководством методологии к исследованиям в области арт-бизнеса и

		- использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)		в области арт-бизнеса и рекламы	рекламы
Б2.О.02 (П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Способен - использовать в познавательной и профессиональной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук (ОПК-5)	- базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- - использовать базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- -опытом использования в сфере профиля профессиональной подготовки базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности
		-Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	- технологии разработки бизнес-проектов в арт-бизнесе и рекламе	- выбирать для практического использования технологии бизнес-проектирования в арт-бизнесе и рекламе	- опытом выбора для практического использования технологий бизнес-проектирования в арт-бизнесе и рекламе
		Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-1)	- основные концепции и методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием современных коммуникационных технологий	- - использовать под руководством основных концепций и методов управления арт-бизнесом и рекламой с использованием современных ком-муникационных технологий	- опытом практического применения под руководством основ теории и практики управления арт-бизнесом и рекламой
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в	- основы теории и практики рекламной деятельности по организации разработки, созданию и	- использовать в профессиональной деятельности под руководством	- опытом использования в профессиональной деятельности под руководством знания по теории

		рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса(ПК-3)	продвижению рекламной продукции	знания по теории и практике рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции	и практике рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе; (ПК-4).	- практику организации и проведения под руководством прикладных научных исследований и использования их результатов в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в практике профессиональной деятельности под руководством прикладных научных исследований и их результатов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом организации и проведения в профессиональной деятельности под руководством прикладных научных исследований и их результатов в сфере арт-бизнеса и рекламы
Б2.О.03 (П)	Педагогическая практика	Способен - принимать участие в образовательном процессе, используя разработанные методические материалы, различные системы и методы преподавания (ОПК-4)	- основы теории и практики проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; - -основы методологии и методик гуманитарных наук	- применять - основы методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом применения основ методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы
Б2.О.04 (П)	Проектная практика	Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности (ОПК-2).	- основы теории и практики проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; - основы методологии и методик гуманитарных наук	- применять - основы методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом применения основ методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы

		.Способен - использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5).	- основы теории и практики проектной деятельности с использованием базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- - применять базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- - опытом применения в практической проектной деятельности базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7).	- основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- применять основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- опытом использования основ методоло-гии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе
		-Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	- области практического применения разработки бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- определять целевые сегменты и осуществлять SWOT-анализ на конкурентных рынках бизнес проектов в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом использования технологий бизнес-проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Способен - применять	- основы методологии и	- -применять под	- опытом использования

		методы управления арт-бизнесом и рекламой с использование м информационн ых и коммуникативн ых технологий (ПК-2)	методики менеджмента и маркетинга в проектировании в арт-бизнесе и рекламе с использованием ин-формационно-комму-никативных технологий	руководством - основы методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектировани я с использо-ванием информационн о-коммуникатив ных технологий в арт-бизнесе и рекламе	под руководством основ методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектиро-вания с исполь-зованием информа-ционно-коммуменеджме нта и маркетинга никатив-ных технологий в арт-бизнесе и рекламе
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса(ПК-3).	- методологию и методики прикладных психологических исследований в арт-бизнесе и рекламе	- применять в рекламных исследованиях под руководством методологию и методику психологическ ого анализа потребительск ого поведения и психологическ ой эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений	- опытом проведения под руководством психологическог о анализа потребительског о поведения и психологической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений и использования их результатов в профессиональн ой деятельности
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	- теорию и практику творческого проектирования и организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в проектной деятельности под руководством в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять в профессиональ ной деятельности под руководством принципов и технологий проектировани я на основании использования результатов прикладных научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы	Опыт использования в профессиональн ой деятельности под руководством принципов и технологий проектирования на основании использова-ния результатов прикладных научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы

Б2.О.05 (П)	Преддипломная практика	Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности (ОПК-2.)	- методологию и методику использования в образо-вательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки основ педагогики и педагогических техно-логий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания	- - принимать участие в образовательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки с применением знаний основ педагогики и педагогических техно-логий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания	- - опытом участия в образовательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки педагогических техно-логий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания
		ОПК-5. Способен - использовать в познавательной и профессиональной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук (ОПК-2).	- - основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук	- применять в практике профессиональной деятельности - основы базовых знаний в области гуманитарных, социаль-ных, и экономических наук	- опытом применения в практике профессиональной деятельности основ базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук
		.Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7).	- методологию и методы менеджмента и маркетинга с использо-ванием информационно-коммуникативных технологий в профес-сиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять под руководством технологии менеджмента и маркетинга с использованием инфор-мационно-коммуникатив-ных технологий в профес-сиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и	- опытом применения под руководством технологий менеджмента и маркетинга с использованием инфор-мационно-коммуника-тивных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы

				рекламы	
		-Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и реклам (ПК-1)	- формы бизнес-проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы	- разрабатывать под руководством и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом разработки и реализации под руководстовм бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	- методологию и методы менеджмента и маркетинга с использо-ванием информационно-коммуникативных технологий в профес-сиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять под руководством технологии менеджмента и маркетинга с использованием инфор-мационно-коммуникатив-ных технологий в профес-сиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом применения под руководством технологий менеджмента и маркетинга с использованием инфор-мационно-коммуника-тивных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3).	теорию и практику рекламной деятельности	- применять теорию и практику рекламной деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- опытом применения теории и практики рекламной деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные	- теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и	- применять в профессиональной деятельности теорию и практику организации и	опыт применения в профессиональной деятельности теории и практики организации и

		исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе
Б3.01	Государственная итоговая аттестация	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, - применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1).	- способы поиска и анализа научной информации	- ставить исследователь-ские цели и проводить отбор методов для их достижения	- опытом работы с научной информацией и применения системного подхода для ее обработки
		Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2).	- способы решения исследо-вательских задач	- отбирать ресурсы, необходимые для решения научно-исследовательс ких задач	- - опытом решения задач в рамках научного исследования по тематике ВКР с учетом принципов государ-ственной культурной политики и действу-ющих правовых норм
		Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	- специфику социального взаимодействия в про-фессиональной деятель-ности	- реализовывать приемы социального взаимодействия при выполнении научного исследования в рамках ВКР	- - опытом выполнения профессиональных функций и взаимо-действия в команде при осуществлении науч-ного исследования в рамках ВКР

		(УК-3).			
		Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4)	- особенности и приемы деловой коммуникации в профессиональной деятельности	- реализовывать деловую коммуникацию при подготовке и защите ВКР	- - опытом коммуника-тивного взаимодействия при осуществлении научного исследования в рамках ВКР и защите его результатов
		Способен вос-принимать меж-культурное разнообра-зие общества в социально-историческом, этическом и фило-софском контекстах (УК-5.)	- специфику межкультурного разнообразия общества в историческом, этическом и философском контекстах	- делать научные выводы на основе учета межкультурного разнооб-разия в обществе	- - опытом выявления факторов меж-культурного разнооб-разия общества при решении научной проблемы в рамках ВКР
		Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекто-рию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6).	- способы самоорганизации в научно-исследовательской деятельности	- проявлять самостоятель-ность в решении научной проблемы при подготовке и защите ВКР	- - опытом проектирования траектории профессио-нального саморазвития при решении научной проблемы в рамках ВКР
		Способен поддерживать должный уровень физической	- методику планирования содержания самостоятель-ных занятий различной функциональной направленности с	- оценивать уровень физической подготов-ленности и функцио-нальное	- - опытом укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенст

		подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7)	учетом индивидуальных возможностей организма.	состояние органов и систем организма.	вования - ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профес-сиональной деятельности
		Способен создавать и поддерживать безопас-ные условия жизне-деятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8.)	- - основы культуры безопас-ности как фактора устой-чивого развития общества; - общие закономерности опасностей и соответ-ствующие методы и сред-ства защиты личности, общества, государства	- правильно квалифици-ровать факты, события, обстоятельства, создаю-щие угрозы безопасности жизнедеятельности с целью сохранения здо-ровья и жизни человека	- законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды; = - опытом выбора средств и методов обеспечения безопасных условий жизнедеятель-ности, а также методов прогнозирования чрезвы-чайных ситуаций
		ОПК-1. Способен определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информацион-но-комму-никационных технологий и с учетом основных	- принципы определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности; - информационные технологии в информационных системах в предметной области; - принципы обеспечения информационной безопасности	- применять в профессиональной деятельности принципы определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-комму-никационных технологий и с учетом основных требований информа-	- - опытом использования в профессиональной деятельности принципов определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-комму-никационных технологий и с учетом основных требований информа-ционной

		требований информацион-ной безопасности (ОПК-1).		ционной безопасности	безопасности
		Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональ ной деятельности (ОПК-2)	- основания выбора методологии и методики исследований в арт-бизнесе и рекламе; разработки, подготовки исследовательских проектов по изучению арт-бизнеса и рекламы; ведения дискуссии и участия в дискуссии; подготовки и проведения презентаций и отчетов по результатам прове-денных исследований.	- - применять инструменты методологичес кого анализа и методы исследований и разработок проектов в области арт-бизнеса и рекламы	- опыт применения методологии и методики исследований в арт-бизнесе и рекламе; разработки, подготовки исследовательск их проектов по изучению арт-бизнеса и рекламы; ведения дискуссии и участия в дискуссии; подготовки и проведения презентаций и отчетов по результатам прове-денных исследований.
		Способен учитывать многообразие достижений отечест-венной и мировой культуры в процессе профессиональ ной дея-тельности (ОПК-3.)	- принципы использова-ния в процессе профес-сиональной деятельности достижений отечест-венного и зарубежного культурного наследия и опыт развития арт-бизнеса и рекламы.	- - применять в практической профессиональ ной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы достижений отечест-венного и зарубежного культурного наследия и опыта развития арт-бизнеса и рекламы	- - опытом использования в практической профессиональн ой деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы достижений отечест-венного и зарубежного культурного наследия и опыта развития арт-бизнеса и рекламы
		.Способен - принимать участие в образовательно м про-цессе, используя разработанные мето-дические	- теорию и практику использования в образо-вательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки основ педагогики и педагогических	- участвовать в образовательно м процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки с применением разработан-ных	- - опытом участия в образовательном процессе с применением разработанных мето-дических материалов, различных методов и

		материалы, различные системы и методы преподавания (ОПК-4)	техно-логий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания	методических материалов, различных методов и систем преподавания в сфере профиля профессиональ ной деятельности	систем преподавания в сфере профиля профессиональн ой деятельности.
		Способен - использовать в познавательной и профессиональ ной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук (ОПК-5.)	- - основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономичес-ких и естественных наук	- применять в практике познавательно й и профессиональ ной деятельности - основы базовых знаний в области гуманитарных, социаль-ных, экономических и естественных наук	- опытом применения в практике познавательной и профессиональн ой деятельности основ базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономи-ческих наук и естественных наук
		Способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительно е искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-6).	специфику и статус различных видов искусств в историко-культурном контексте и принципы применения ее в практике профессиональной деятельности	- - применять в практической деятельнос-ти в сфере арт-бизнеса и рекламы знаний специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте	- - опытом использования в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы знаний специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте
		Способен анализировать основные контексты социального взаимодействи я (ОПК-7.)	- методологию и методику теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодей-ствия в сфере профиля профессиональной	- - применять методологию и методику теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодей-ствия в сфере	- - опытом применения методологии и методики теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодей-ствия

			подготовки	профиля профессиональной подготовки	в сфере профиля профессиональной подготовки
		Способен ориентироваться в различных типах словесной культуры (ОПК-8.)	- теорию и практику использования словесной культуры в арт-бизнесе и рекламе	- применять в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы теорию и практику словесной культуры	- опыт использования в практике профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы словесной культуры
		Способен ориентироваться в проблематике современной государственной культурной политики Российской Федерации (ОПК-9).	- конституционно-правовые - основы государственной культурной политики РФ; основные принципы, положения и направления государственной культурной политики РФ	- использовать в практической профессиональной деятельности в сфере профиля профессио-нальной подготовки конституционн о-право-вых основ государ-ственной культурной политики РФ; - основные принципы, положения, направления и проблематику современной государст-венной культурной политики РФ в практике профессиональной дея-тельности	- опытом применения конституционно-правовых основ государственной культурной политики РФ; основными принципами, положениями, направлениями и проблематикой современной государ-ственной культурной политики РФ в практике профессиональной деятельности
		-Способен разрабатывать и реализовывать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- методологию и методику разработки и реализации бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- самостоятельно разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в области арт-бизнеса и рекламы с учетом отечественного	- опытом самостоятель-ной разработки и реализации эффективных бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы с учетом отечественного и зарубежного опыта в области

		(ПК-1)		и зарубежного опыта в арт-бизнесе и рекламе	профессиональ-ной деятельности
		Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3).	- методологию и технологии рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы	- использовать методологию и технологию рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы, при разработке, созданию и продвижению рекламной продукции в сфере арт-бизнеса	- опытом использования методологи и технологий рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы, при разработке, созданию и продвижению рекламной продукции в сфере арт-бизнеса
		Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	- методологию и методику организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы и принципы использованиях их результатов в профессиональной деятельности	- применять в профессиональ ной деятельности методологию и методику организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	опыт использования в профессиональн ой деятельности методологии и методики организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы
ФТД	**Факультативы**				
ФТД.01.	Креативное проектирование				
ФТД.02.	Научные исследования в проектной деятельности				
ФТД.03	Рекламная фотографика				
ФТД.04	Арт-бизнес проектирование				

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

-образовательно-педагогическая;

-научно-исследовательская;

-творческая;

-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) Арт-бизнес и реклама.

1.4.6. Планируемые результаты освоения образовательной программы

Компетенция	Хар-ка этапа формирования компетенции	Перечень дисциплин	Индикаторы		
			знает	умеет	владеет
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, -	**1 этап:** аналитическая обработка информации на основе современных методологических подходов и концепций	Б1.О.03 Философия	- основные понятия и принципы философской методологии и логики для научного и практического применения	- - применять принципы современной методологии для решения теоретических и практических задач	- - опытом применения современной философской методологии, в том числе системной, для решения поставленных задач

применять системный подход для решения поставленных задач	**2 этап:** осуществление научного поиска решения проблемы по профилю профессио-нальной подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалифика-ционной работы	- способы поиска и анализа научной информации	- ставить исследователь-ские цели и проводить отбор методов для их достижения	- опытом работы с научной информацией и применения системного подхода для ее обработки
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	**1 этап:** осознание актуальных задач профессиональной сферы, обусловленных государственной поли-тикой	Б1.О.09. Предпринимательство и проектная деятельность	- современную методологию и технологию управления проектами	- определять цели проекта и разделять деятельность на отдельные взаимоза-висимые задачи	- методами менеджмента, маркетинга и проектного анализа, навыками оценки эффективности и рисков проекта
	2 этап: определение круга задач и опти-мальных способов их решения в рамках профессиональной специализации	Б1.О.10 Основы права	- основные нормативно-правовые документы в своей деятельности	- использовать нормативно правовые документы в своей деятельности	- - опытом использования нормативно-правовых документов в своей деятельности
		Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- способы решения исследо-вательских задач	- отбирать ресурсы, необходимые для решения научно-исследовательских задач	- - опытом решения задач в рамках научного исследования по тематике ВКР с учетом принципов государ-ственной культурной политики и действу-ющих правовых норм
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою	**1 этап:** осознание сущности и осущест-вление социального взаимодействия в усло-виях профессиональной среды	Б1.О.06 Психология	- приемы работы в команде, способы распределения ответственности и нейтрализации конфликтов	- определять свою роль в командном взаимо-действии, оценивать эффективность работы каждого члена коллектива и команды в целом	- - опытом коллективного решения задач, создания команды и руководства ее деятельностью

роль в команде	**2 этап:** реализация социального взаимо-действия в научно-исследовательской деятельности по про-филю подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- специфику социального взаимодействия в про-фессиональной деятель-ности	- реализовывать приемы социального взаимодействия при выполнении научного исследования в рамках ВКР	- - опытом выполнения профессиональных функций и взаимо-действия в команде при осуществлении науч-ного исследования в рамках ВКР
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	**1 этап:** осуществление коммуникативного взаимодействия в контексте профессиональных отношений	Б1.О.01 Русский язык и культура речи	- - основы культуры речи, нормы деловой письменной и устной речи, процессы организации эффективной речевой коммуникации	- практически на высоком уровне реализовывать правила диалогического общения	- - опытом составления официальных доку-ментов
		Б1.О.02. Иностранный язык	- формы речевой коммуни-кации в бытовом и деловом общении на иностранных языках	- составлять моноло-гические и диалогические высказывания с использованием профес-сионально-ориентиро-ванной лексики в социально и профес-сионально значимых сферах на иностранном языке	- - опытом понимания и составления устных и письменных текстов бы-товой и деловой коммуникации на иностранном языке
	2 этап: осуществление деловой коммуникации в научно-исследовательской деятельности по про-филю подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- особенности и приемы деловой коммуникации в профессиональной деятельности	- реализовывать деловую коммуникацию при подготовке и защите ВКР	- - опытом коммуника-тивного взаимодействия при осуществлении научного исследования в рамках ВКР и защите его результатов

УК-5. Способен вос-принимать меж-культурное разнообра-зие общества в социально-историческом, этическом и фило-софском контекстах	**1 этап:** осознание специфики межкуль-турного разнообразия	Б1.О.03. Философия	- основные парадигмы, концепции и теории, объясняющие культуро-генез и многообразие культурно-цивилизацион-ного процесса	- объяснять процессы культурной дифферен-циации и интеграции, межкультурного взаимо-действия с позиций толерантности	- навыками изучения, прогнозирования и объяснения культурных процессов глобально и в полиэтническом регионе, в частности
		Б1.О.04 История	приоритетные цели и задачи, направления политического, социально-экономического, военного, культурного развития Российского государства на определенных этапах его существования	участвовать в дискуссиях по историческим проблемам, формулировать собственную позицию по обсуждаемым вопросам, используя для аргументации исторические сведения	опытом использования исторических знаний в практической подготовке к будущей профессиональной деятельности
	2 этап: отражение специфики межкуль-турного разнообразия при решении проблемы по профилю професси-ональной подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- специфику межкультурного разнообразия общества в историческом, этическом и философском контекстах	- делать научные выводы на основе учета межкультурного разнооб-разия в обществе	- - опытом выявления факторов меж-культурного разнооб-разия общества при решении научной проблемы в рамках ВКР
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекто-	**1 этап:** владение приемами самоорга-низации, определения траектории професси-онального саморазвития	Б1.О.11. - Основы самоорганизации личности в процессе обучения и профессиональной деятельности	- специфику учебной и профессиональной деятельности, приемы самоорганизации и саморазвития в течение всей жизни	- организовывать собствен-ную профессиональную деятельность и общение, строить траектории профессионального саморазвития	- опытом самоорганизации в процессе обучения и определения ключевых задач профессиональ-ного саморазвития

рию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	**2 этап:** обеспечение самоорганизации в научно-исследователь-ской деятельности и реализация траектории профессионального саморазвития через решение научной проблемы по профилю профессиональной подготовки	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- способы самоорганизации в научно-исследовательской деятельности	- проявлять самостоятель-ность в решении научной проблемы при подготовке и защите ВКР	- - опытом проектирования траектории профессио-нального саморазвития при решении научной проблемы в рамках ВКР
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	**1 этап**: понимание значения и поддержка физической готовности к социальной и про-фессиональной дея-тельности	Б1.О.12 Физическая культура и спорт	- научно-биологические и практические - основы физической культуры, спортивной тренировки и здорового образа жизни - - основы планирования самостоятельных занятий с учетом индивидуальных возможностей организма.	-определять индивиду-альные режимы физической нагрузки, контролировать направ-ленность ее воздействия на организм с разной целевой ориентацией	- - опытом рациональной организации и проведения самостоя-тельных занятий в соответствии с индивидуальными воз-можностями организма • - опытом применения средств оздо-ровления для самокоррекции здоровья и физического развития
		Б1.О.28.Элективные курсы по физической культуре и спорту	- теоретико-методические и организационные - основы физической культуры и спорта	- определять возможности различных средств, методов и методических приемов организации в обучении, развитии и воспитании; - - применять адекватные средства и методы развития физических ка-честв	- двигательными умениями и навы-ками различных видов спорта и систем физических упражнений, определяю-щих психофизическую готовность к профес-сиональной деятельности

	2 этап: организация научно-исследователь-ской деятельности на принципах здоровье-сбережения	Б1.О.28 Элективные курсы по физической культуре и спорту	- средства, методы и мето-дические приемы организа-ции физического воспита-ния с различной функци-ональной направленность ю; - - основы техники безопас-ности и профилактики травматизма на занятиях по физической культуре и спорту	- планировать содержание самостоятельн ых трени-ровочных занятий с соблюдением правил техники безопасности и профилактики травма-тизма	- - опытом творческого применения физкуль-турно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональ ных целей
		Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационн ой работы	- методику планирования содержания самостоятель-ных занятий различной функциональной направленности с учетом индивидуальных возможностей организма.	- оценивать уровень физической подготов-ленности и функцио-нальное состояние органов и систем организма.	- - опытом укрепления индивидуально го здоровья, физического самосовершенс твования - ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профес-сиональной деятельности
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопас-ные условия жизне-деятельнос ти, в том числе при возникнов ении	**1 этап:** понимание требований к безопас-ности и создание безопасных условий жизни и профессиональной деятельности	Б1.О.05 Безопасн ость жизнедеятельнос ти	- теоретические, организа-ционно-методические - основы обеспечения безопасности жизнедея-тельности; - правовые, норматив-но-технические и организа-ционные - основы охраны тру-да и гражданской	- идентифициро вать основные опасности среды обитания человека, в том числе источников ЧС, оценивать риск их реализации; - выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере	- навыками оценки уровней опасностей в системе «человек – среда обитания» с целью обеспечения безопас-ности и защиты окружающей среды

чрезвычайных ситуаций			защиты	профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятель-ности	
	2 этап: обеспечение безопасных условий научно-исследовательской деятельности	Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- - основы культуры безопас-ности как фактора устой-чивого развития общества; - общие закономерности опасностей и соответ-ствующие методы и сред-ства защиты личности, общества, государства	- правильно квалифици-ровать факты, события, обстоятельства, создаю-щие угрозы безопасности жизнедеятельности с целью сохранения здо-ровья и жизни человека	- законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды; = - опытом выбора средств и методов обеспечения безопасных условий жизнедеятель-ности, а также методов прогнозирования чрезвы-чайных ситуаций
ОПК-1. Способен определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информац	**1 этап:** способность определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	Б1.О.21 Интегрированные коммуникации	-теорию и методологию концепции интегрированных коммуникаций, - базовые элементы интегрированных коммуникаций, типологию ИК-сообщений, инструменты интегрированных коммуникаций	планировать интегрированные кампании в продвижении визуальных продуктов, разрабатывать стратегию коммуникативной политики организаций и компаний	- - опытом применения навыков ИК-инструментов, построения интегрированных коммуникационных программ
	2 этап: способность определять и решать круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и	Б1.О.23 Информационные технологии в арт-бизнесе и рекламе	- общую характеристику процессов сбора, передачи и накопления информации; - технические и программные средства и реализацию	-- использовать программные технические средства информационных систем в предметной области; -- использовать информационн	- опытом использования методиками анализа предметной области; - опытом применения методик

ионно-комму-никационных технологий и с учетом основных требований инфор-мационной безопасности	библиографической культуры с применением информационно-комму-никационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		информационных процессов; - теорию информа-ционных систем в предметной области; - информационные технологии в информационных системах в предметной области; - перспективы развития информационных технологии и информационных систем в предметной области, их взаимосвязь со смежными областями; - информационные системы в смежных предметных областях;	о-поисковые средства локальных и глобальных вычислительных и информационных сетей; -- использовать информационных технологии и знания общей информационной ситуации информационных ресурсов предметной области;	идекомпозиции информационных систем на подсистемы; практическими навыками использования информационных технологий в различных информационных системах
		Б3.01. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- принципы определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности; процессов; - информационные технологии в информационных системах в предметной области; - принципы обеспечения информационной безопасности	- - применять в профессиональной деятельности принципы определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-комму-никационных технологий и с учетом основных требований	- - опытом использования в профессиональной деятельности принципов определения и решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-комму-никационных технологий и с

				информа-ционной безопасности	учетом основных требований информа-ционной безопасности
ОПК-2. Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности	**1 этап:** способность - использовать различные методологические подходы гуманитарных наук в выбранной области профессио-нальной деятельности	Б1.О.24 Исследования в арт-бизнесе и рекламе	- понятийный аппарат исследований в арт-бизнесе и рекламе; - методологию организации и проведения исследований в арт-бизнесе и рекламе; - основные методы анализа в арт-бизнесе и рекламе; - основные методы определения эффективности проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе; - основные формы и технологии представления результатов исследований в арт-бизнесе и рекламе.	- сделать обоснованный выбор качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; - разрабатывать и - применять основные инструменты для применения качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; - обрабатывать и анализировать результаты проведенного исследования в арт-бизнесе и рекламе; - подготовить отчет о результатах проведенного исследования в арт-бизнесе и рекламе	- навыками сбора информации с помощью качественных методов исследования в арт-бизнесе и рекламе; - основами социологического анализа; - основами анализа систем управления; - основами визуального анализа; - основами маркетингового анализа.

	2 этап: способность - применять различные методологические подходы и методики в научных исследованиях в арт-бизнесе и рекламе и публично пред-ставлять их результаты	Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы теории и практики проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; - - основы методологии и методик гуманитарных наук	- применять - основы методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом применения основ методологии и методик гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- методологию и методы гуманитарных наук; - принципы участия в научных дискуссиях; - технологии публичного представления результатов научных исследований	- применять в прикладных научных исследованиях в области арт-бизнеса и рекламы методологию и методы гуманитарных наук, принципы участия в научных дискуссиях, технологии публичного представления результатов научных исследований	- опытом применения методологии и методов гуманитарных наук в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы; - - опытом использования принципов участия в научных дискуссиях в научных исследованиях в сфере арт-бизнеса и рекламы; - технологии публичного представления результатов научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б3.01 Подгото вка к процедуре	- основания выбора методологии и методики	- - применять инструменты методологичес кого анализа и	- опыт применения методологии и методики

		защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	исследований в арт-бизнесе и рекламе; разработки, подготовки исследовательск их проектов по изучению арт-бизнеса и рекламы; ведения дискуссии и участия в дискуссии; подготовки и проведения презентаций и отчетов по результатам прове-денных исследований.	методы исследований и разработок проектов в области арт-бизнеса и рекламы	исследований в арт-бизнесе и рекламе; разработки, подготовки исследовательс ких проектов по изучению арт-бизнеса и рекламы; ведения дискуссии и участия в дискуссии; подготовки и проведения презентаций и отчетов по результатам прове-денных исследований.
ОПК-3. Способен учитывать многообра зие достижени й отечест-венной и мировой культуры в процессе профессио нальной дея-тельности	**1 этап:** способность учитывать в профессиональной деятельности исторически сложившиеся традиции и стили в отечественной и зарубежной культуре и искусствах	Б1.О.25 История искусств	основные закономерности исторического развития мировой художественной культуры	определять эпохи, направления и стили в художественн ой культуре	навыками формировани я интереса к богатейшему культурному наследию
	2 этап: способность учитывать в процессе профессиональной деятельности достиже-ния отечественного и зарубежного культур-ного наследия и опыт развития арт-бизнеса и рекламы.	Б1.О.14 История рекламы	- основные исторические этапы развития рекламы как социального института, - системообразую щие характеристики рекламы в тот или иной исторический период;	-соотносить предъяв-ленные рекламные материалы с опреде-ленным этапом развития в развитии института рекламы, культурой той или иной страны	- методологией и методикой социально-исторического анализа рекламной комму-никации, рассматривая ее в широком социально-историческом контексте; культурой использова-ния накопленного исторического опыта в профессиональ ной дея-тельности; - - опытом анализа

					историко-культурных генетических кодов в современных рекламных продуктах.
		Б1.О.26 Практика графического дизайна	принципы и технологии графического дизайна в арт-прек-тировании и рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы	применять в практике профессиональной деятельности принципов и технологий в арт-проектиро-вании рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы	опытом применения в практике профессиональной деятельности принципов и технологий в арт-проектировании рекламной деятельности в сфере визуальной рекламы
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- принципы использова-ния в процессе профес-сиональной деятельности достижений отечест-венного и зарубежного культурного наследия и опыт развития арт-бизнеса и рекламы.	- - применять в практической профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы достижений отечест-венного и зарубежного культурного наследия и опыта развития арт-бизнеса и рекламы	- - опытом использования в практической профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы достижений отечест-венного и зарубежного культурного наследия и опыта развития арт-бизнеса и рекламы
ОПК-4. Способен - принимать участие в образовательном про-цессе, используя разработанные мето-	**1 этап:** способность - принимать участие в образовательном процессе с использованием разработанных учебно-методических материалов	Б1.О.07 Педагогика	содержание, закономерности, принципы и процедуры организации педагогического процесса, показатели его эффективности	использовать методы и средства педагогического воздействия на личность обучающегося	опытом педагогического взаимодействия с обучающимся в образовательном процессе

дические материалы, различные системы и методы преподавания	**2 этап:** способность - принимать участие в образовательном процессе с применением разработанных мето-дических материалов, различных методов и систем преподавания в сфере профиля профессиональной деятельности.	Б2.О.03(П) Педагогическая практика	методологию и методику разработки методических материалов для системы дополнительного образования	разрабатывать учебно-методические материалы для системы дополнительного образования	опытом разработки учебно-методических материалов и проведения занятий в системе дополнительного образования в сфере профиля профессиональной подготовки
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- методологию и методику использования в образо-вательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки основ педагогики и педагогических техно-логий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания	- - принимать участие в образовательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки с применением знаний основ педагогики и педагогических техно-логий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания	- - опытом участия в образовательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки педагогических техно-логий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов преподавания
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- теорию и практику использования в образо-вательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки основ педагогики и педагогических техно-логий с использованием разработанных учебно-методических материалов и различных методов	- участвовать в образовательном процессе в сфере профиля профес-сиональной подготовки с применением разработан-ных методических материалов, различных методов и систем преподавания в сфере профиля профессиональной деятельности	- - опытом участия в образовательном процессе с применением разработанных мето-дических материалов, различных методов и систем преподавания в сфере профиля профессиональной деятельности.

			преподавания		
ОПК-5. Способен - использовать в познавательной и профессиональной дея-тельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук	**1 этап:** способность - использовать в познавательной деятельности базовые знания в области гуманитарных, соци-альных и экономических наук.	Б1.О.16 Экономическая теория	общие положения экономической теории (микро-макро экономики и мировой экономики); основные микро- и макроэкономические категории и показатели;	находить и анализировать информацию, особенно в проблемах эффективного спроса, занятости, финансового регулирования, интеграции национальной экономики в общемировое хозяйство, мирохозяйственные связи; применять основы экономических знаний в различных сферах деятельности;	методами анализа социально-экономических явлений и процессов;
		Б2.О.01(У)Ознакомительная практика	- основы теоретических и практических знаний в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	- использовать в практической познавательной деятельности в профессиональной сфере базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук	- опытом применения в практической познава-тельной профессио-нальной сфере базовых знаний в области гуманитарных, социаль-ных, экономических и естественных наук
	2 этап: способность - использовать в познавательной и профессиональной дея-тельности в арт-бизнесе и рекламе базовые знания в области гуманитарных, соци-альных, экономических и	Б1.О.14 История рекламы	- основы истории рекламы	- применять в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области истории рекламы	- - опытом применения в практической познава-тельной деятельности в сфере профиля профес-сиональной подготовки знаний в области истории рекламы

	естественных наук	Б1.О.17 Фотография	- основы теории и практики фотографики	- - применять в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области теории и практики фотографики	- - - опытом применения в практической познава-тельной деятельности в сфере профиля профес-сиональной подготовки знаний в области теории и практики фотографики
		Б1.О.18 Теория и практика арт-бизнеса и рекламы	- теоретические - основы арт-бизнеса и рекламы, экономические механизмы, технологию, регулирование арт-бизнес сферы и реклам-ной деятельности; - - методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности арт-бизнес предприятий и рекламных кампаний.	- выстраивать стратегию с учетом современных достижений в сфере арт-бизнеса и рекламы - оптимизировать расходы как при выборе и реализации различных стратегий развития арт-бизнеса и рекламы	- опытом взаимодействия в группе в ходе постановки целей и задач, определения актуальных проблем и способов их решений в сфере арт-бизнеса и рекламы; в разработке концепции и проектировании рекламного продукта и планировании рекламных кампаний с использованием базовых знаний в области гуманитарных, соци-альных, экономических и естественных наук
		Б1.О.20 Экономика организаций малого бизнеса	теоретические, методологические и законодательные основы предпринимательской деятельности; цели, методы и инструменты экономического анализа деятельности	рассчитывать экономические показатели деятельности организации малого бизнеса; обосновывать предпринимательскую идею, составлять бизнес-план для	навыками оценки эффективности и результативности деятельности организации малого бизнеса

			организации малого бизнеса; специфику деятельности организаций малого бизнеса в социально-культурной сфере.	организации малого бизнеса	
		Б1.О.22 Менеджмент и маркетинг арт-бизнеса и рекламы	- основные концепции менеджмента и мар-кетинга; - содержание основных принципов организации систем управления в сфере профиля профес-сиональной подготовки; - содержание основных принципов организации маркетинговой деятель-ности в сфере профиля профессиональной под-готовки; - основные технологии менеджмента в сфере профиля профессио-нальной подготовки; - основные технологии маркетинга в сфере профиля професси-ональной подготовки;	- анализировать во взаимосвязи явления и процессы управления на микро- и макроуровне; - - использовать источники экономической, социаль-ной, управленческой информации; - выявлять и анализировать проблемы организации и эффективности систем управления в сфере профиля профессио-нальной подготовки; - выявлять проблемы маркетингового характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения; - анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследо-ваний; - планировать и проводить	основами методологии и основными методами анализа систем управления и систем маркетинговой деятельности; - принципами и методами создания и развития систем управления в сфере профиля профес-сиональной подготовки; - методами разработки маркетинговых про-грамм и маркетинговой политики; - методикой сегментации целевых рынков и выработки комму-никационной политики в отношении целевых аудиторий; - методикой оценки маркетинговой дея-тельности предприятия /организации

				коммуни-кационные кампании по продвижению товаров и услуг на рынок.	
		Б1.О.27 Инфографика	- способы соотнесения разных типов графиков, диаграмм и схем с разными типами исследовательских проблем и прикладных задач. - теорию и практику применения визуального мышления в проектировании и отчётных презентациях. - современные концепции и методики инфодизайна и инфографики в различных гуманитарных научных дисциплинах	- превращать исходные количественные показатели в дискретные качественные признаки, а исходные качественные признаки деконструировать в количественные в соответствии со спецификой изучаемых явлений и процессов исторического прошлого и современности. - - создавать целостные интегральные визуальные модели для описания смысловых и социальных систем с множеством аналитических критериев.	- специализированными приложениями по созданию инфографики; - программами для верстки и визуализации данных. - - опытом деятельности: по использованию современных технологий визуализации данных.

		Б2.О.02(П) Практика по получению профессио-нальных умений и опыта профессиональной дея-тельности	- базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- - использовать базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- -опытом использования в сфере профиля профессиональной подготовки базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы теории и практики проектной деятельности с использованием базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в познавательной деятельности в профессиональной сфере	- - применять базовые знания в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- - опытом применения в практической проектной деятельности базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- - основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук	- - применять в практике профессиональной деятельности - основы базовых знаний в области гуманитарных, социаль-ных, и экономических наук	- опытом применения в практике профессиональной деятельности основ базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- - основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, экономичес-ких и естественных наук	- применять в практике познавательной и профессиональной деятельности - основы базовых знаний в области гуманитарных,	- опытом применения в практике познавательной и профессиональной деятельности основ базовых знаний в области гуманитарных,

				социаль-ных, экономических и естественных наук	социальных, экономи-ческих наук и естественных наук
ОПК-6. Способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте	**1 этап:** способность понимать статус различных видов искусств в историко-культурном контексте.	Б1.О.25 История искусств	основные стилевые и жанровые особенности произведений искусств	определять базовые элементы, составляющие язык художественн ых произведений, статус различных видов искусства и возможности использования их сфере профильной подготовки	навыками применения основных возможностей специфику и статус различных видов искусств в историко-культурном контексте в сфере профиля профессиональ ной подготовкм

	2 этап: способность - использовать в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы специфику и статус различных видов искусств в историко-культурном контексте.	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	специфику и статус различных видов искусств в историко-культурном контексте и принципы применения ее в практике профессиональной деятельности	- - применять в практической деятельнос-ти в сфере арт-бизнеса и рекламы знаний специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте	- - опытом использования в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы знаний специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте
ОПК-7. Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия	**1 этап:** способность анализировать теоретические аспекты основных контекстов социального взаимодействия	Б1.О.13 Деловые коммуникации	- принципы и закономерности деловой корпоративной культуры организации; - технологии проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телекоммуникационного делового общения; - - основы делового протокола.	- использовать методологию и методы теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации	- опытом применения методологии и методов анализа теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации
	2 этап: способность анализировать теоретические и	Б1.О.15 Имиджелогия	- классификацию раздичных видов имиджа; - теорию и	- способность анализировать и разрабатывать различные	- опытом использования теоретических и прикладных знаний в

	прикладные аспекты основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки		практику формирования различных типов имиджа	виды имиджа публичных персон и организаций в рамках основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	области анализа, разработки продвижения различных видов имиджа с учетом контекста социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
		Б1.О.19 Связи с общественность ю	- средства и технологические особенности коммуникативных процессов в связях с общественность ю в основных аспектах контекстов социального взаимодействия;	- способность применять методологию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия	- - опытом использования методологию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
		Б1.О.21 Интегрированные коммуникации	- методологию анализа и методику использования различных средств интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	- применять в профессиональной деятельности технологии различные средства интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки	- оптытом применения в профессиональной деятельности прикладных технологий интегрированного комплекса массовых коммуникаций с учетом основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки
		Б1.О.22 Менедж	- принципы теории и	- применять в процессиональ	- опытом прикладного

		мент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе	практики менеджмента и маркетинга в арт-бизнесе и рекламе	ной деятельности методы менеджмента и маркетинга в сфере профиля профессиональной подготовки	использования современных концептуальных подходов и технологий менеджмента и маркетинга в арт-бизнесе и рекламе
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- основы анализа теоретических и прикладные аспектов основных контекстов социального взаимодействия	-использовать в профессиональной деятельности под руководством принципы и результаты анализа теоретических и прикладные аспектов основных контекстов социального взаимодействия	- - опытом применения в профессиональной деятельности под руководством принципы и результаты анализа теоретических и прикладные аспектов основных контекстов социального взаимодействия
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- применять основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- опытом использования - основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- - основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- - применять - основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	- - опытом использования основ методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодей-ствия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе

		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- методологию и методику теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодей-ствия в сфере профиля профессиональной подготовки	- - применять методологию и методику теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодей-ствия в сфере профиля профессиональной подготовки	- - опытом применения методологии и методики теоретических и прикладных аспектов основных контекстов социального взаимодей-ствия в сфере профиля профессиональной подготовки
ОПК-8. Способен ориентироваться в различных типах словесной культуры	**1 этап:** способен классифицировать и определить различные типы словесной культуры.	Б1.О.21 Интегрированные коммуникации	- основы теории и практики коммуникативистики	- применять в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы теоретические знания и прикладные технологии современной коммуникативистики	- опытом практического применения создания интегрированных каналов медиакоммуникаций по продвижению вербальной и креолоизованной продукции в фсере арт-бизнеса и рекламы
	2 этап: способен ориентироваться в различных типах словесной культуры в арт-бизнесе и рекламе				
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- теорию и практику использования словесной культуры в арт-бизнесе и рекламе	- применять в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы теорию и практику словесной культуры	- опыт использования в практике профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы словесной культуры
ОПК-9. Способен ориентироваться в проблематике современной государственной культурной политики	**1 этап:** способен понимать место, роль и принципы государственной культурной политики в развитии современного российского общества	Б1.О.08 Основы государственной культурной политики Российской Федерации	Основные документы в области государственной культурной политики России	Применять имеющиеся знания для успешного получения профессионального образования	Техниками анализа нормативной программной документации в сфере культуры
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- основные направления современной государственной культурной политики РФ	- ориентироваться в основных направлениях современной государственной	-ориентацией в основных направлениях современной государственной культурной по-

Российской Федерации				культурной политики РФ	литики РФ
	2 этап: способен - использовать в практической профессиональной деятельности, ориен-тацию в проблематике современной государст-венной культурной поли-тики Российской Федерации	Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- конституционно-правовые - основы государственной культурной политики РФ; основные принципы, положения и направления государственной культурной политики РФ	- использовать в практической профессиональной деятельности в сфере профиля профессио-нальной подготовки конституционн о-право-вых основ государ-ственной культурной политики РФ; - основные принципы, положения, направления и проблематику современной государст-венной культурной политики РФ в практике профессиональ ной дея-тельности	- опытом применения конституционн о-правовых основ государственно й культурной политики РФ; основными принципами, положениями, направлениями и проблематикой современной государ-ственной культурной политики РФ в практике профессиональ ной деятельности
ПК-1- Способен разрабатыв ать и реализовы вать бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	**1 этап:** способность под руководством участвовать в разработке бизнес-проектов на основании отечественных и зарубежных концеп-туальных подходов	Б1.В.05 Эвент-технологии	- основы теории и практики бизнес-плани-рования в сфере арт-бизнеса и рекламы	- основные принципы разработки и реализации бизнес –плана в структуре прикладного проектировани я в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом разработки, представления, реализации, контроля и анализа эффективности бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б1.В.08 Краудфандинг и фандрайзинг	- основы функционирован ия арт-рынка и его субъектов и создания конкурентоспосо бных бизнес-проектов	- принимать участие под руководством в использовании принципов и методов сегментации арт-рынка и выделении целевых сегментов профильной направленност	- опытом участия в бизнес-проекти-ровании под руководством на конкурентных арт-рынках

				и для инициирования арт-бизнес проектов	
		Б1.В.09 Арт-рынок современного искусства	- основы функциониро-вания арт-рынка и его субъектов и создания конкурентоспосо бных бизнес-проектов	- принимать участие под руководством в использовании принципов и методов сегментации арт-рынка и выделении целевых сегментов профильной направленност и для инициирования арт-бизнес проектов	- опытом участия в бизнес-проектировани и под руководством на конкурентных арт-рынках
		Б1.В.10 Визуальные объекты массового восприятия	- основные концепты виязуальных объектов массового восприяти	- использовать в разработке и реализации бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы визуальных аспектов массового восприятия	- опытом использования в практике проектной деятельностив арт-бизнесе и рекламе визуальных объектов массового восприятия
		Б1.В.06 Управление креативными проектами;	- основные концепции управления креативными проектами	- учитывать особенности управления креативными проектами	- опытом участия в управления креативными проектами под руководством специалистов
	2 этап: способность решать профес-сиональные задачи по разработке бизнес-проекта, методам его реализации и оценки эффективности выполнения	Б1.В.07 Правовое регулирование в сфере культуры и культурных индустрий	-.Правовые основы управления бизнес проектами	- учитывать правовые особенности управления бизнес проектами	-.навыками управления бизнес проектами под руководством специалистов
		Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование потребительской	- методологию брендинга и потребительской культуры и методы их	- - применять в профессиональ ной деятельности по профилю	- опытом применения в профессиональ ной деятельности

		культуры	формирования и развития	подготовки методологию и методику брендинга, брендбилдинга и проектирования потребительской культуры целевых сегментов на конкурентных рынках	принципов и технологий брендинга и брендбилдинга в в профессиональной деятельности по профилю подготовки
		Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	- методологию разработки и применения в практической деятельности технологий социального брендинга	- - использовать в практической деятельности в области профиля подготовки принципы методологии и технологии социального брендинга	- опытом применения в практической деятельности принципов и технологий социального брендинга в соответствии с профилем подготовки
		Б2.О.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	- технологии разработки бизнес-проектов в арт-бизнесе и рекламе	- выбирать для практического использования технологии бизнес-проектирования в арт-бизнесе и рекламе	- опытом выбора для практического использования технологий бизнес-проектирования в арт-бизнесе и рекламе
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- области практического применения разработки бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- определять целевые сегменты и осуществлять SWOT-анализ на конкурентных рынках бизнес проектов в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом использования технологий бизнес-проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- формы бизнес-проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы	- разрабатывать под руководством и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и	- опытом разработки и реализации под руководстовм бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы

				рекламы	
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- методологию и методику разработки и реализации бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- самостоятельно разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в области арт-бизнеса и рекламы с учетом отечественного и зарубежного опыта в арт-бизнесе и рекламе	- опытом самостоятель-ной разработки и реализации эффективных бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы с учетом отечественного и зарубежного опыта в области профессиональ-ной деятельности
		Б1.В.01 Бизнес-планирование	- методлогию и методику разработки структуры и содержания бизнес-планов в арт-бизнесе с использованием современного программного ИТ-обеспечения	- составлять и представлять бизнес-планы в сфере арт-бизнеса с применением современных информационных и коммуникационных технологий	- опытом разработки и публичного представ-ления бизнес-планов потенциальным стейкхолдерам и инвесторам
ПК-2 Способен - применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	**1 этап**: способность под руководством участвовать в использовании методов управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационно-коммуникативных технологий	Б1.В.06 Управление креативными проектами	- основные концепции управления креативными проектами в сфере арт-бизнеса и рекламы	- - использовать в профессиональной деятельности под руководством особенности управления креативными проектами в арт-бизнесе и рекламе	- опытом применения под руководством мето-дологии и методики управления креативными проектами в арт-бизнесе и рекламе
	2 этап: способность - использовать в профессиональной методы	Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование	- методологию управления брендингом и потребительскоо	- - применять в профессиональной деятельности	- опытом применения в профессиональной

	менеджмента и маркетинга с применением информационно-коммуникативных технологий в деятельности в области арт-бизнеса и рекламы	потребительской культуры	й культурой и методами их формирования и развития	по профилю подготовки под руководством методоло-гию и методику управления брендинги, брендбилдингом и проектированиям потребительской культуры целевых сегментов на кон-курентных рынках	деятельности под руководством принципов управления техноло-гиями брендинга и брендбилдинга в арт-бизнесе и рекламе
		Б1.В.01. Бизнес-планирование	- методологию и методику разработки структуры и содержания бизнес-планов в арт-бизнесе с использованием современного программного ИТ-обеспечения	- составлять и представлять бизнес-планы в сфере арт-бизнеса с применением современных информационных и коммуникационных технологий	- опытом разработки и публичного представ-ления бизнес-планов потенциальным стейкхолдерам и инвесторам
		Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	- методологию управления разработкой и применением в практической деятельности технологий социального брендинга	- - использовать в практической деятельности под руководством в области профиля подготовки принципов управления технологиями социаль-ного брендинга	- опытом применения в практической деятельности под руководством принципов управления технологиями социального брендинга в соответствии с профилем подготовки
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- - основы методологии и технологий управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий	- - применять под руководством - основы и методологии и методики управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникатив	- опытом использования под руководством основ методологии и методики управления арт-бизнесом и рекламой с использова-нием информационных и

				ных технологий	коммуникатив ных технологий
		Б2.О.05(П) Практика по получению профессиональн ых умений и опыта профессиональн ой деятельности	- основные концепции и методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием современных коммуникационн ых технологий	- - использовать под руководством основных концепций и методов управления арт-бизнесом и рекламой с использование м современных ком-муникационны х технологий	- опытом практического применения под руководством основ теории и практики управления арт-бизнесом и рекламой
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- - основы методологии и методики менеджмента и маркетинга в проектировании в арт-бизнесе и рекламе с использованием ин-формационно-комму-никативных технологий	- - применять под руководством - основы методологии и методики менеджмента и маркетинга в проек-тирования с использо-ванием информационн о-коммуникатив ных технологий в арт-бизнесе и рекламе	- опытом использования под руководством основ методологии и методики менеджмента и маркетинга в проек-тирования с исполь-зованием информа-ционно-коммуменеджм ента и маркетинга никатив-ных технологий в арт-бизнесе и рекламе
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- методологию и методы менеджмента и маркетинга с использо-ванием информационно-коммуникативны х технологий в профес-сиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять под руководством технологии менеджмента и маркетинга с использование м инфор-мационно-коммуникатив-ных технологий в профес-сиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и	- опытом применения под руководством технологий менеджмента и маркетинга с использование м инфор-мационно-коммуника-тивных технологий в профессиональ ной деятельности в сфере арт-бизнеса и

				рекламы	рекламы
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- методологию и методы технологии и маркетинга с использованием информационно-коммуникативны х технологий в профес-сиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять технологии менеджмента и маркетинга с использование м инфор-мационно-коммуникатив-ных технологий в профес-сиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом применения технологий менеджмента и маркетинга с использование м инфор-мационно-коммуника-тивных технологий в профессиональ ной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы
ПК-3. Способен разрабатыв ать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса;	**1 этап:** способность под руководством участ-вовать в создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	Б1.В.ДВ.02.01 Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе	- основы теории и практики разработки визуального контента в рекламе	- разрабатывать под руководством визуальный контент в рекламе	- опытом разработки под руководством визуаль-ного контента в рекламе
		Б1.В.ДВ.02.02 Разработка и технологии производства рекламного продукта	- основы технологии производства рекламного продукта	- применять под руководством технологии производства рекламных продуктов	- опытом производства под руководством рекламных продуктов
		Б1.В.ДВ.03.01 Аудио-видеопроизводст во коммуникационн ого продукта	- основы технологий аудио-видеопроизводст ва коммуникационн ого рекламного продукта	- использовать под руководством технологии аудио-видеопроизвод ства коммуникацио нного рекламного продукта	- опытом использования под руководством технологий аудио-видеопроизвод ства коммуникацио нного рекламного продукта
		Б1.В.ДВ.03.02 Аудиовизуальны е технологии в арт-бизнесе и рекламе	- основы аудиовизуальны х технологий в арт-бизнесе и рекламе	- применять под руководством аудиовизуальн ые технологии в арт-бизнесе и рекламе	- опытом применения под руководством аудиовизуальн ых технологий в арт-бизнесе и рекламе

		Б1.В.ДВ.05.01 Копирайтинг	- основы копирайтинга в рекламной деятельности	- использовать под руководством технологию копирайтинга в рекламной деятельности	- опытом применения под руководством технологий копирайтинга в рекламной деятельности
		Б1.В.ДВ.05.02 Креолизованные тексты	- основы теории и практики создания креолизованных текстов	- использовать под руководством технологии создания креолизованных текстов в рекламной деятельности	- опытом использовании под руководством техно-логий создания креолизованных текстов в рекламной дея-тельности
		Б1.В.02 Деловой иностранный язык	правила написания разных видов деловых писем (запрос, заказ, предложение, жалоба, заявление о приеме на работу и т.д.).	применять полученные теоретические знания на практике в процессе делового общения	системой лингвистических знаний, включающей в себя знания основных правил ведения деловой переписки и составления и перевода деловых контрактов
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- основы теории и практики рекламы в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- участвовать под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	- опытом участия под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
		Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование потребительской культуры	- основы брендинга и проектирования потре-бительской культуры	- использовать под руководством в рекламной деятельности технологии брендинга и проектирования потре-бительской культуры	- опытом использования под руководством в рекламной деятельности технологии брендинга и проектирования потре-бительской культуры

	2 этап: способность создавать и организовывать разработку и продвижение рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	- основы теории и практики социального брендинга	- применять под руководством технологии социального брендинга в рекламной деятельности	- опытом применения под руководством техноло-гии социального брендинга в рекламной деятельности
		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	основы теории и практики рекламы в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	участво-вать под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	опытом участия под руководством в разработке, создании и продвижении рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- основы теории и практики проектной деятельности	- применять под руководством технологии проектной деятельности в рекламе в сфере арт-бизнеса	- опытом использования под руководством технологий проектной деятельности в рекламе в сфере арт-бизнеса
		Б2.О.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	- основы теории и практики рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции	- использовать в профессиональной деятельности под руководством знания по теории и практике рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции	- опытом использования в профессиональной деятельности под руководством знания по теории и практике рекламной деятельности по организации разработки, созданию и продвижению рекламной продукции
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	Теория и практика рекламной деятельности	- применять теорию и практику рекламной деятельности при создании и	- опытом применения теории и практики рекламной

				разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной ква-лификационной работы	- методологию и технологии рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы	- использовать методологию и технологию рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы, при разработке, созданию и продвижению рекламной продукции в сфере арт-бизнеса	- опытом использования методологи и технологий рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы, при разработке, созданию и продвижению рекламной продукции в сфере арт-бизнеса
ПК-4 Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и - использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе;	**1 этап:** способность под руководством определять методологию и - использовать знания для разработки концепции и выбора стратегии прикладного научного исследования в сфере арт-бизнеса и рекламы	Б1.В.03 Искусствознание	основные концепции искусствознания	анализировать художественное произведение с опорой на знание теории искусствоведения	навыками анализа художественных произведений
		Б1.В.04 Современная массовая культура	- основы теории и практики современной массовой культуры	- применять в рамках участия в практической профессиональной деятельности под руководством методологию и методику исследований современной массовой культуры	- опытом участия в использовании в практической профессиональной деятельности под руководством методологию и методику исследований современной массовой культуры

		Б1.В.09 Арт-рынок современного искусства	- основы методологии и методики исследования арт-рынка современного искусства	- применять методологию и методику прикладных научных исследований арт-рынка современного искусства с целью получения конкретных результатов для определения фазы жизненного цикла арт-рынка, субъектов арт-рынка, их конкурентных позиций и прогнозирования тенденций развития арт-рынка в ближайшей перспективе для использования в сфере профидя профессиональной деятельности	- опытом проведения научных исследований арт-рынка современного искусства и использованая полуеннных результатов в сфере арт-бизнеса
		Б1.В.10 Визуальные объекты массового восприятия	- концептуальные подходы и методы прикладного научного анализа визуальных объектов массового восприятия	- использовать методологию и методы прикладного научного анализа в изучении визульных объектов массового восприятия в целях использования в сфере профидя профессиональной деятельности	- опытом использования результатов прикладных научных исследований визуальных объектов массового восприятия в планировании и организации городских визуальных пространств, выставочной, галерейной и музейной деятельности

		Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	- основные концептуальные подходы к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы	- участвовать под руководством в определении основных концептуальных подходов к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы	- опытом участия в определении под руководством методологии к исследованиям в области арт-бизнеса и рекламы
		Б1.В.ДВ.01.01 Психология рекламы	- методологию и методику прикладных психологических исследований в арт-бизнесе и рекламе	- применять в рекламных исследованиях под руководством методологию и методику психологического анализа потребительского поведения и психологической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений	- опытом проведения под руководством психологического анализа потребительского поведения и психологической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений и использования их результатов в профессиональной деятельности
	2 этап: способность проводить научные исследования и - использовать их результаты в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	Б1.В.ДВ.01.02 Психология творчества	- методологию и методику прикладных психологических исследований в сфере творчества	- применять в прикладных исследованиях под руководством методологию и методику психологического анализа творчества в арт-бизнесе и рекламе	- опытом проведения под руководством психологического анализа творчества в арт-бизнесе и рекламе и использования их результатов в профессиональной деятельности
		Б1.В.ДВ.04.01 Брендинг и проектирование потребительской культуры	- принципы и технологии брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и	- использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и технологии брендинга и формирования	- опытом использования под руководством в прикладных исследованиях и профессиональной

			рекламы	потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы	деятельностипринципов и технологий брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их результатов в профессиональной деятельности
		Б1.В.ДВ.04.02 Социальный брендинг	- принципы и технологии социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и технологии социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом использования в прикладных исследованиях под руководством принципов и технологий социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их результатов в профессиональной деятельности
		Б1.В.ДВ.05.01 Копирайтинг	- методологию и методику исследования и использования их результатов в области копирайтинга	- применять под руководством в прикладных исследованиях и практике профессиональной деятельности методологию и методику копирайтинга в связях с общественностью и рекламе в сфере арт-бизнеса и рекламной деятельности	- опытом применения под руководством в прикладных исследованиях и использования их результатов в профессиональной деятельности методологии и методики копирайтинга в связях с общественностью и рекламе в сфере арт-бизнеса и рекламной деятельности

		Б1.В.ДВ.05.02 Креолизованные тексты	- методологию и методику исследования и использования их результатов в области креолизованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять под руководством в прикладных исследованиях и практике профессиональной деятельности исследования и - использовать их результатов в области креолизованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы методологию и методику	- опытом применения под руководством в прикладных исследованиях и профессиональной деятельности методологии и методики анализа и использования его результатов в связях с общественностью и рекламе в сфере арт-бизнеса и рекламной деятельности
		Б2.О.02(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	- практику организации и проведения под руководством прикладных научных исследований и использования их результатов в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	- использовать в практике профессиональной деятельности под руководством прикладных научных исследований и их результатов в сфере арт-бизнеса и рекламы	- опытом организации и проведения в профессиональной деятельности под руководством прикладных научных исследований и их результатов в сфере арт-бизнеса и рекламы
		Б2.О.04(П) Проектная практика	- теорию и практику творческого проектирования и организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в проектной деятельности под руководством в сфере арт-бизнеса и рекламы	- применять в профессиональной деятельности под руководством принципов и технологий проектирования на основании использования результатов прикладных научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы	Опыт использования в профессиональной деятельности под руководством принципов и технологий проектирования на основании использова-ния результатов прикладных научных исследований в сфере арт-бизнеса и

					рекламы
		Б2.О.05(П) Преддипломная практика	- теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	- применять в профессиональной деятельности теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	Опыт применения в профессиональной деятельности теории и практики организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе
		Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	- методологию и методику организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы и принципы использованиях их результатов в профессиональной деятельности	- применять в профессиональной деятельности методологию и методику организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	Опыт использования в профессиональной деятельности методологии и методики организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы

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.

Структура программы бакалавриата		**Объем программы бакалавриата в з.е.**
Блок 1	**Дисциплины (модули)**	**201**
	Обязательная часть	**123**
	Часть, формируемая участниками	**80**

	образовательных отношений	
Блок 2	**Практики**	**30**
Блок 3	**Государственная итоговая аттестация**	**9**
	Факультативы	**8**
Объем программы бакалавриата		**248**

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

Объем программы бакалавриата составляет 248 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 **100 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 **97 процентов.**

Доля 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 **48** учебных дисциплины, в том числе дисциплин обязательна часть 29, часть, формируемая участниками образовательных отношений – 19.

ОПОП предусматривает 5 видов практик (ознакомительная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, педагогическая практика, проектная практика, преддипломная практика).

При разработке программы бакалавриата обучающимся обеспечивается возможность освоения дисциплин 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.

Лаборатория информационных технологий в социокультурной сфере.

Выделены помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде института.

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 26 августа 2020 года (протокол № 2).**

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 всех 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:
Кудинова Анна Васильевна – кандидат исторических наук, доцент, зав.кафедрой истории, культурологии и музееведения

Рецензенты:
Гордеева Галина Николаевна – директор по развитию ООО «Муниципальная Телерадиокомпания «Краснодар»

Сомова Елена Георгиевна – доктор филологических наук, профессор кафедры электронных СМИ и новых медиа ФГБОУ ВО КубГУ