

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 19.08.2020 13:14:37
Уникальный программный ключ:
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec87d71fc

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

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

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой
арт-бизнеса и рекламы
_____ А.В. Кудинова
26 августа 2020 г. пр.№ 1

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

Б2.П Производственная практика Б2.О.05(П) Преддипломная практика

Направления подготовки (профиль): 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:
доктор философских наук, профессор
кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК
_____ С.А. Морозов

**Краснодар
2020**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

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

Задачи:

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

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

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	Владеть
Способен проводить научные исследования в выбранной области профессиональной деятельности (ОПК-2)	методологию и методы гуманитарных наук; принципы участия в научных дискуссиях; технологии публичного представления результатов научных 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; опытом использования технологий публичного представления результатов научных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы
Способен использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области гуманитарных, социальных, экономических и естественных наук (ОПК-5)	основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук	применять в практике профессиональной деятельности основы базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук	опытом применения в практике профессиональной деятельности основ базовых знаний в области гуманитарных, социальных, и экономических наук
Способен анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-7)	основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	применять - основы методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе	опытом использования основ методологии и методики анализа основных контекстов социального взаимодействия в проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе

Способность разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	формы бизнес-проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы	разрабатывать под руководством и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы	опытом разработки и реализации под руководством бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы
Способен применять методы управления арт-бизнесом и рекламой с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-2)	методологию и методы менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	применять под руководством технологии менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы	опытом применения под руководством технологий менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы
Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	теория и практика рекламной деятельности	применять теорию и практику рекламной деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса	опытом применения теории и практики рекламной деятельности при создании и разработке и продвижению рекламных продуктов в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса
Способность управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	применять в профессиональной деятельности теорию и практику организации и проведения прикладных научных исследований и использования их результатов в арт-бизнесе и рекламе	опытом использования в профессиональной деятельности методологии и методики организации и проведения научных исследований в проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы

