Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой истории, культурологии и музееведения
Дата подписания: 18.09.2023 16:32:59
Уникальный программный ключ:
f44eef2bd05d36fb6ccbfd4c09b3b18c8392fed4

Аннотации рабочих программ дисциплин

по основной образовательной программе

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль Арт-бизнес и реклама

Дисциплины базовой части учебного плана	
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.01 Русский язык и культура речи**
Цель дисциплины	повышение уровня практического владения студентами современным русским литературным языком в разных сферах его функционирования (в письменной и устной его разновидностях) и культурой речевого общения
Задачи дисциплины	1. повышение уровня речевой культуры будущего специалиста на основе изучения системы языка 2. изучение особенностей норм современного литературного языка, его стилевых разновидностей, различных аспектов речевой культуры 3. формирование навыков анализа текста любого стиля речи, подготовки и произнесения публичной речи, овладения деловой и научной устной и письменной речью
Коды формируемых компетенций	УК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** – основ культуры речи, – норм деловой письменной и устной речи – процессов организации эффективной речевой коммуникации **умения:** практически на высоком уровне реализовывать правила диалогического общения **навыки:** составления официальных документов
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 3 ; в академических часах – 108.
Разработчики	Новикова В.Ю., кандидат филологических наук, доцент
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.02 Иностранный язык**
Цель дисциплины	Повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования. Данная цель носит комплексный характер, и ее достижение обеспечивается достижением следующих специальных целей: *практическая цель* заключается в формировании у студента готовности к межкультурной коммуникации, что предполагает развитие умений опосредованного письменного (чтение, письмо) и непосредственного устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;

	образовательная цель означает расширение кругозора студентов готовности, повышения уровня их общей культуры и образования, а также культуры мышления, общения и речи; *развивающая цель* предполагает учет личностных потребностей, интересов и индивидуальных психологических особенностей обучаемых, общее интеллектуальное развитие личности студента, развитие способности к социальному взаимодействию, повышение способности к самообразованию, развитие когнитивных и исследовательских умений; *воспитательная цель* проявляется в готовности специалистов содействовать налаживанию межкультурных и научных связей, относиться с уважением к духовным ценностям других стран и народов.
Задачи дисциплины	**1.** формирование у студентов системы знаний об основных явлениях иностранного языка, их функционировании в иноязычной речи в качестве основы для практического применения изучаемого языка в бытовых и профессиональных ситуациях; **2.** формирование системы представлений о странах изучаемого языка (география, политическое устройство, культурное наследие, традиции, система образования), воспитание чувства толерантности по отношению к другим культурам; **3.** формирование и развитие творческого мышления для решения коммуникативных задач бытового и профессионального характера; **4.** повышение мотивации к изучению иностранного языка как средства расширения кругозора и углубления системных знаний по профилю подготовки/ специальности, и как средства самостоятельного повышения профессиональной квалификации.
Коды формируемых компетенций	УК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** форм речевой коммуникации в бытовом и деловом общении на иностранных языках **умения:** составлять монологические и диалогические высказывания с использованием профессионально-ориентированной лексики в социально и профессионально значимых сферах на иностранном языке **навыки:** понимания и составления устных и письменных текстов бытовой и деловой коммуникации на иностранном языке
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6 ; в академических часах –216.
Разработчики	Тихонова С.А. к.ф.н., доцент кафедры русского и иностранных языков и литературы
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.03 Философия**
Цель дисциплины	Формирование представлений о философии как о мировоззренческой и методологической системе
Задачи дисциплины	- освоение теории, истории, методологии философского

	знания, основных разделов философской теории; - формирование понимания особенностей проявления и действия общефилософских законов в современном обществе и мире; - овладение основополагающими принципами и приемами философского познания, философской рефлексией; - уяснение специфики философских проблем и методов их исследования, особенностей постановки мировоззренческой проблематики; - выработка навыков работы с оригинальными философскими текстами; - развитие способности критически воспринимать и оценивать источники информации, выявлять философскую проблематику; - умение четко и логично формулировать, излагать и аргументировано отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения
Коды формируемых компетенций	УК-1, УК-5
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основные понятия и принципы философской методологии и логики для научного и практического применения основные парадигмы, концепции и теории, объясняющие культурогенез и многообразие культурноцивилизационного процесса **умения:** применять принципы современной методологии для решения теоретических и практических задач объяснять процессы культурной дифференциации и интеграции, межкультурного взаимодействия с позиций толерантности **навыки:** опытом применения современной философской методологии, в том числе системной, для решения поставленных задач опытом изучения, прогнозирования и объяснения культурных процессов глобально и в полиэтническом регионе, в частности
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 3; в академических часах –108.
Разработчики	Гриценко Василий Петрович доктор философских наук, профессор кафедры истории, культурологии и музееведения
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.04 История**
Цель дисциплины	осмысление понятийного аппарата и методологического инструментария исторической науки, - формирование устойчивого комплекса знаний и целостного представления о культурном и историческом развитии нашей страны и других государств. - приобретение способности применять исторические знания в основной профессиональной деятельности
Задачи дисциплины	изучить основные этапы мирового исторического процесса; - понять общие закономерности и особенности мировой и отечественной истории; - осмыслить объективные оценки исторических событий и

	явлений, оказавшим влияние на развитие человечества
Коды формируемых компетенций	УК-5
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основные факты, процессы, явления и периодизацию, позволяющие понимать целостность и системность отечественной и всемирной истории **умения:** проводить поиск и анализ исторической информации в источниках разного типа; представлять результаты изучения исторического материала в формах устного выступления, конспекта, реферата, исторического сочинения, рецензии **навыки:** навыками обобщения и анализа исторической информации
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 4 ; в академических часах –144.
Разработчики	Акоева Наталья Борисовна - доктор исторических наук, профессор кафедры истории, культурологии и музееведения КГИК Прохода Павел Викторович – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории, культурологии и музееведения КГИК Берлизов Николай Евгеньевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории, культурологии и музееведения КГИК
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.05 Безопасность жизнедеятельности**
Цель дисциплины	формирование у специалистов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека. Реализация этих требований гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека, готовит его к действиям в экстремальных условиях
Задачи дисциплины	теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек – среда обитания»; - правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; основы физиологии; - анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмируемых, вредных и поражающих факторов; - средства и методы повышения безопасности; методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций.
Коды формируемых компетенций	УК-8
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** теоретические, организационно-методические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности; правовые, нормативно-технические и организационные основы охраны труда и гражданской защиты **умения:** 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 жизнедеятельности

	навыки: оценки уровней опасностей в системе «человек – среда обитания» с целью обеспечения безопасности жизнедеятельности и защиты окружающей среды
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах –72.
Разработчики	Доцент кафедры физической культуры и безопасности жизнедеятельности С.Н. Криворотенко
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.06 Психология**
Цель дисциплины	формирование у студентов представления о психологии как науки в объяснении феноменов психики человека, а также системы знаний и методов психологии в ее общетеоретических, прикладных и научно-практических аспектах
Задачи дисциплины	- изучить психологию как науку; - сформировать представление о природе и закономерностях основных психических процессов и психических состояниях, и о свойствах личности; - обеспечить тесную взаимосвязь теоретического и практического курсов обучения; - способствовать формированию у студентов навыков самоанализа своих эмоциональных состояний и поведения; - развить психологическую компетентность
Коды формируемых компетенций	УК-6
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** специфику учебной и профессиональной деятельности, приемы самоорганизации и саморазвития в течение всей жизни **умения:** организовывать собственную профессиональную деятельность и общение, строить траектории профессионального саморазвития **навыки:** самоорганизации в процессе обучения и определения ключевых задач профессионального саморазвития
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах –72.
Разработчики	кандидат психологических наук Ю.П. Станоева
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.07 Основы государственной культурной политики**
Цель дисциплины	изучение принципов, содержания и механизмов реализации российской культурной политики
Задачи дисциплины	формирование у обучающихся целостного представления об основах культурной политики Российской Федерации формирование ощущения причастности к культурной политике государства, стремления к участию в её реализации; формирование ответственности за отношение к культуре и своё место в ней; развитие навыков учащихся по самостоятельной работе с источниками (законодательными и иными документами) для эффективного самоопределения в социокультурных процессах.
Коды формируемых	УК-10, ОПК-9

компетенций	
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основные документы в области государственной культурной политики России; основные документы в области государственной культурной политики России **умения:** применять имеющиеся знания для успешного получения профессионального образования; использовать имеющиеся знания в планировании своей профессиональной деятельности; Использовать имеющиеся знания в планировании своей профессиональной деятельности **навыки:** анализа нормативной программной документации в сфере культуры; использовать имеющиеся знания в планировании своей профессиональной деятельности
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 3; в академических часах –108.
Разработчики	Доктор философских наук, профессор кафедры истории, культурологии и музееведения Торосян В.Г.
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.08 Предпринимательство и проектная деятельность**
Цель дисциплины	изучение основ предпринимательской и проектной деятельности для приобретения теоретических, практических знаний, умений и навыков
Задачи дисциплины	приобретение знаний о сущности, условиях, видах предпринимательской деятельности, организационно-правовых формах ее осуществления, направлениях и методах государственного регулирования этой деятельности; - обучение творческому мышлению и теоретическим обобщениям в постановке и решении задач при осуществлении предпринимательской деятельности; - изучение концепции управления проектами; - приобретение знаний и практических навыков в использовании методов, процедур, форм, документов, инструментов, систем и других способов анализа, планирования, бюджетирования, мониторинга и контроля проектов; - приобретение знаний и практических навыков в области организационных структур управления проектами; - получение знаний и навыков по структурной декомпозиции работ проекта, управлению ресурсами проекта; - освоение методики оценки эффективности и результативности проектов в сфере культуры и искусства.
Коды формируемых компетенций	УК-2, УК-9
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** современную методологию и технологию управления проектами **умения:** определять цели проекта и разделять деятельность на отдельные взаимозависимые задачи **навыки:** менеджмента, маркетинга и проектного анализа, навыками оценки

	эффективности и рисков проекта
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 7; в академических часах –252.
Разработчики	Захарова Ю.Н., доцент, кандидат экономических наук, Белицкая О.В., доцент, кандидат экономических наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.09 Основы права**
Цель дисциплины	овладение студентами знания в области основ теории государства и права, конституционного, гражданского, семейного, трудового, административного, уголовного, авторского и других отраслей права; выработке уважения к законодательству и соблюдении правомерного поведения в обществе
Задачи дисциплины	- выработка у студентов понимания особенности правовой системы РФ; - знание функций права в формировании правового государства, укреплении законности и правопорядка в стране; - умение разбираться в законах и подзаконных актах, обеспечивать соблюдение законодательства, принимать решения в соответствии с законом; - умение анализировать законодательство и практику ее применения, ориентироваться в законодательстве и специальной литературе. - выполнение студентами прикладных заданий включает в себя: тестовые задания; ситуационные задания (задачи), тематику рефератов и дискуссий, презентаций в форме сравнительных таблиц, схем и определений.
Коды формируемых компетенций	УК-2, УК-10
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основные нормативно-правовые акты основные антикоррупционные правовые акты **умения:** использовать нормативно правовые документы в своей деятельности исполнять и использовать антикорупционное зак-во **навыки:** опытом использования нормативно-правовых документов в своей деятельности навыками работы с антикоррупционным зак-вом
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 3; в академических часах –108.
Разработчики	Д.и.н., профессор кафедры истории, культурологи и музееведения КГИК Л.А. Карапетян
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.10 Основы самоорганизации личности в процессе обучения и профессиональной деятельности**
Цель дисциплины	сформировать у студентов представления о путях и средствах личностной и профессиональной самореализации в системе высшего образования и профессиональной среде
Задачи дисциплины	оказать содействие первокурсникам в их личностном и профессиональном самоопределении, в осознании ценностей,

	путей и способов личностной самореализации в образовательной среде и профессиональной сфере; • сформировать у студентов представления о специфике, целеполагании и технологиях высшего профессионального образования; • сформировать у студентов представления о ценности и технологиях саморазвития, самообразования и управления временем; • создать предпосылки для становления научного мышления и рефлексивно-аналитического опыта первокурсников в избранной профессиональной сфере; • оказать содействие студентам в освоении этических кодексов личности и профессии; • сформировать умения работы с различными источниками информации (текстами, медиа, электронными источниками и др.).
Коды формируемых компетенций	УК-3, УК-6
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** - специфику учебной и профессиональной деятельности, приемы самоорганизации и саморазвития в течение всей жизни - психологические приемы взаимодействия с личностью, способов работы в команде, способов распределения ответственности и нейтрализации конфликтов **умения:** - организовывать собственную профессиональную деятельность и общение, строить траектории профессионального саморазвития - определять свою роль в командном взаимодействии, мотивировать членов коллектива, учитывая их пси-хологические особенности, оценивать эффективность работы каждого участника и команды в целом **навыки:** - самоорганизации в процессе обучения и определения ключевых задач профессионального саморазвития - коллективного решения задач, создания команды и руководства ее деятельностью
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах –72.
Разработчики	Александров Е.П., профессор кафедры педагогики, психологии и философии, доктор педагогических наук, профессор
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.11 Физическая культура и спорт**
Цель дисциплины	формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности
Задачи дисциплины	- воспитание у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду;

	- сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения; - всесторонняя физическая подготовка студентов; - профессионально - прикладная физическая подготовка студентов с учётом особенностей их будущей трудовой деятельности; - приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки, подготовка к работе в качестве общественных инструкторов, тренеров и судей; - совершенствования спортивного мастерства студентов - спортсменов; - воспитание у студентов убеждённости в необходимости регулярно заниматься физической культурой и спортом - процесс обучения организуется в зависимости от состояния здоровья, уровня физического развития и подготовленности студентов, их спортивной квалификации, а также с учётом условий и характера труда их предстоящей профессиональной деятельности
Коды формируемых компетенций	УК-7
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** - научно-биологические и практические основы физической культуры, спортивной тренировки и здорового образа жизни - основы планирования самостоятельных занятий с учетом индивидуальных возможностей организма. **умения:** - определять индивидуальные режимы физической нагрузки - контролировать направленность ее воздействия на организм с разной целевой ориентацией **навыки:** - опытом рациональной организации и проведения самостоятельных занятий в соответствии с индивидуальными возможностями организма - опытом применения средств оздоровления для самокоррекции здоровья и физического развития
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах –72.
Разработчики	Преподаватель кафедры туризма и ФК Шутько А.П.
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.12 Введение в информационные технологии**
Цель дисциплины	Сформировать у студентов системное представление о составе, назначении и сущности информационных технологий
Задачи дисциплины	1. Изучение теоретических основ информационных технологий применительно к сфере профессиональной деятельности; 2. Ознакомление студентов с особенностями автоматизации технологических процессов в сфере профессиональной деятельности; 3. Обучение применению современных информационных

	технологий в профессиональной деятельности для автоматизации решения прикладных задач; 4. Освоение практических навыков работы с компьютером с целью создания продуктов и услуг в сфере профессиональной деятельности
Коды формируемых компетенций	УК-1, ОПК-1
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** – основ системного подхода, методов поиска, анализа и синтеза информации. – основных видов источников информации; особенности методологии концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, Базовые алгоритмы и компьютерные программы, пригодные для практического применения. **умения:** Осуществлять поиск, анализ, синтез информации для решения поставленных экономических задач в сфере культуры; самостоятельно анализировать общенаучные тенденции и направления развития социогуманитарных наук в условиях информационного общества; самостоятельно анализировать культурологическую, естественнонаучную, историческую, психолого-педагогическую информацию; определять ценностные свойства различных видов источников информации, выбирать алгоритмы решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки. Осуществлять выбор современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности. **навыки:** системного применения методов поиска, сбора, анализа и синтеза информации; навыками внутренней и внешней критики различных видов источников информации, практическим опытом составления алгоритмов и компьютерных программ для решения профессиональных задач
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах –72.
Разработчики	Тарасов Б.Н., канд. ист.наук, доцент кафедры ББДиИТ
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.13 Психология рекламы**
Цель дисциплины	Изложение современных подходов изучения социально-психологических феноменов в рекламе и проблем безопасности рекламного воздействия на аудиторию
Задачи дисциплины	1. Знакомство с основными теоретическими положениями теории и практики психологии рекламы; 2. Углубление теоретической компетентности студентов в понимании и объяснении социально–психологических феноменов в рекламе; 3. Обучение основам психологического анализа содержания ин-

	формации в рекламе.
Коды формируемых компетенций	ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** Методологии и методики прикладных психологических исследований в арт-бизнесе и рекламе **умения:** Применять в рекламных исследованиях под руководством методологию и методику психологического анализа потребительского поведения психолгической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений **навыки:** Проведения под руководством психологического анализа потребительского поведения и психолгической эффективности арт-бизнес продуктов и рекламных сообщений и использования их результатов в профессиональной деятельности
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 3; в академических часах – 108 часов.
Разработчики	Морозов С.А., профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы, доктор философских наук, профессор
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.14 Деловые коммуникации**
Цель дисциплины	Формирование у обучающихся системы базовых знаний и навыков для построения эффективных деловых коммуникаций как основы управленческой деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы, в том числе освоение основ делового общения во внутренней и внешней среде организации в сфере арт-бизнеса и рекламы, изучение технологий эффективной устной и письменной коммуникации в сфере арт-бизнеса и рекламы
Задачи дисциплины	– изучить особенности речевого общения в профессиональной сфере; – овладеть основными видами деловых коммуникаций, их функциями, определением барьеров в деловом общении; – освоить особенности вербальной и невербальной речи; – усвоить основы деловой этики, этикета и культуры делового общения; – овладеть спецификой оформления устной и письменной речи в официально-деловом стиле; – изучить основные механизмы воздействия на людей в процессе делового общения.
Коды формируемых компетенций	ОПК-7
Планируемые результаты	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести:

обучения по дисциплине	**знания:** - принципов и закономерности деловой корпоративной культуры организации; - технологии проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телекоммуникационного делового общения; - основы делового протокола. **умения:** использовать методологию и методы теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации **навыки:** применения методологии и методов анализа теоретического и прикладного анализа основных контекстов социальных взаимодействий во внутренней и внешней среде организации
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 3; в академических часах – 108.
Разработчики	Морозов С.А., профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы, доктор философских наук, профессор
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.15 История рекламы**
Цель дисциплины	дать студентам систематизированное и эмпирически аргументированное представление об историческом становлении рекламной деятельности в культуре, ее социально-психологических, экономических и эстетических предпосылках; ознакомиться с основными историческими этапами и тенденциями развития отечественной и зарубежной рекламы, рассмотреть своеобразие рекламы в различных общественно-исторических условиях Западной Европы, США и России.
Задачи дисциплины	- изучить основные этапы развития рекламной деятельности в культурно-историческом аспекте; – ознакомить студентов с национальной спецификой рекламных коммуникаций в различных общественно-исторических условиях Западной Европы, США и России. – рассмотреть становление ведущих жанров рекламного творчества, их суггестивно-эмоциональные и художественно-эстетические составляющие.
Коды формируемых компетенций	ОПК-3, ОПК-5
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основных исторических этапов развития рекламы как социального института, - системообразующие характеристики рекламы в тот или иной исторический период; основ истории рекламы **умения:** соотносить предъявленные рекламные материалы с определенным этапом развития в развитии института рекламы, культурой той или иной страны; применить в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области истории рекламы **навыки:** методологией и методикой социально-исторического анализа рекламной коммуникации, рассматривая ее в широком социально-историческом контексте; культурой использования

	накопленного исторического опыта в профессиональной деятельности; опытом анализа историко-культурных генетических кодов в современных рекламных продуктах; применения в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области истории рекламы
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Л.В. Терещенко, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культорологии
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.16 Имиджеология**
Цель дисциплины	предоставить обучающимся необходимые знания в сфере теории и практики использования имиджевых технологий в сфере рекламы и визуальных коммуникаций.
Задачи дисциплины	- сформировать у обучающихся представление о современных концепциях имиджа; - способствовать овладению обучающихся методологией и методикой анализа в имиджмейкинге; - научить обучающихся оперировать инструментарием имиджелогии; - сформировать у обучающихся навыки построения корпоративного и персонального имиджа.
Коды формируемых компетенций	ОПК-7
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** - классификации различных видов имиджа; - теории и практику формирования различных типов имиджа. **умения:** анализировать и разрабатывать различные виды имиджа публичных персон и организаций в рамках основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки. **навыки:** использования теоретических и прикладных знаний в области анализа, разработки продвижения различных видов имиджа с учетом контекста социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Морозов С.А., профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы, доктор философских наук, профессор
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.17 Экономика и экономическая культура**
Цель дисциплины	формирование у студентов системного представления о закономерностях развития экономических явлений и процессов, введение в круг знаний, составляющих основу профессиональной культуры управленца.
Задачи дисциплины	Познавательная – расширить представления студентов об основных аспектах развития современной экономики, а также методах экономической теории. Воспитательная – научить принимать ответственные решения на основе полученных экономических знаний.

	Развивающая – сформировать культуру экономического мышления, вооружить навыками самостоятельного овладения новыми знаниями.
Коды формируемых компетенций	ОПК-5
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания: -** основ теоретической экономики, механизм функционирования рынка в условиях совершенной и несовершенной конкуренции, особенности ценообразования на ресурсных рынках; - целей, методов и инструментов макроэкономической политики государства, содержание фискальной, денежно-кредитной, антиинфляционной и антициклической политики государства; - основных форм международных экономических отношений и тенденции интеграционных процессов в мировой экономике **умения: -** аргументировано оценивать важнейшие положения и выводы основных экономических теорий и школ; - анализировать различные стороны социально-экономической политики государства, ее влияния на микросреду предприятия (фирмы) **навыки:** - в закономерностях экономической деятельности основного производственного звена: предприятия (фирмы) в различных организационно-правовых формах; - в направлениях экономической политики западных стран и России в современных условиях.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Белицкая О.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат экономических наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.18 Фото и видео продакшн**
Цель дисциплины	овладение общекультурными компетенциями в области создания фотоизображений. Обучение студентов основам творческой фотографии и формирование навыков творческой деятельности в области фотоискусства с использованием последних достижений цифровых и компьютерных технологий.
Задачи дисциплины	- обучение практическим навыкам и умению обращаться с различными типами фотоаппаратов и фотопринадлежностей; - развитие зрительного восприятия воспитанников, фотографического видения; - обучение предпечатной подготовке фотоизображений.
Коды формируемых компетенций	ОПК-1
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основы теории и практики фотографики **умения:** применять в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области теории и практики фотографики **навыки:** опыт применения в практической познавательной деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки знаний в области теории и практики фотографики

Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 5; В академических часах – 180.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.19 Теория и практика арт-бизнеса и рекламы**
Цель дисциплины	обеспечить достаточный уровень знаний, умений и навыков в области организации и практики арт-бизнеса и рекламы.
Задачи дисциплины	- изучить специфику и основные направления теории и практики арт-бизнеса и рекламы; - сформировать у бакалавров соответствующие компетенции в областиорганизации и управления арт-бизнесом и рекламы.
Коды формируемых компетенций	ОПК-5, ОПК-6
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** теоретических основ арт-бизнеса и рекламы, экономические механизмы, технологию, регулирование арт-бизнес сферы и рекламной деятельности; - методологии и методики расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности арт-бизнес предприятий и рекламных кампаний. **умения:** 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. **навыки:** - 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, социальных, экономических и естественных наук.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 6; В академических часах – 216.
Разработчики	Морозов С.А., профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы, доктор философских наук, профессор
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.20 Связи с общественностью**
Цель дисциплины	формирование у студентов систематизированных, теоретически и эмпирически обоснованных представлений о технологиях связей с общественностью. В ходе изучения дисциплины студенты осваивают функции, методы и основные организационные формы связей с общественностью.
Задачи дисциплины	1. Овладеть понятийным аппаратом в рамках теории связей с общественностью; изучить основные принципы и средства связей с общественностью. 2. Понимать роль связей с общественностью в развитии современного общества и экономики; знать цели и особенности связей с общественностью в целом, а также их отдельных направлений деятельности при решении задач социальных и бизнес-организаций.

	3. Приобрести практические навыки разработки проектов по связям с общественностью.
Коды формируемых компетенций	ОПК-7
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** средств и технологических особенностей коммуникативных процессов в связях с общественностью в основных аспектах контекстов социального взаимодействия. **умения:** применять методологию и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия. **навыки:** использования методологии и технологии связей с общественностью в прикладных аспектах основных контекстов социального взаимодействия в сфере профиля профессиональной подготовки.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 6; В академических часах – 216.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культорологии
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.21 Экономика организаций малого бизнеса**
Цель дисциплины	изучить теоретико-методологические основы и практические аспекты экономики организаций малого бизнеса и сформировать комплекс знаний, умений и навыков в организации и функционировании малого бизнеса.
Задачи дисциплины	– изучение теоретических и методологических основ экономики организаций малого бизнеса; – изучить нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность организаций малого бизнеса в Российской Федерации; – ознакомится со спецификой экономики организаций малого бизнеса; – овладеть навыками анализа производственно-хозяйственной деятельности организации малого бизнеса; – научить действовать рационально в экономической среде функционирования организаций малого бизнеса; – углубить понимание места и роли организаций малого бизнеса в социально-культурной сфере.
Коды формируемых компетенций	ОПК-5
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** методологии и методики использования в познавательной и профессиональной деятельности базовых знаний в области микроэкономики. **умения:** применять в практике познавательной и профессиональной деятельности базовые знания в области микроэкономики. **навыки:** использования в практике познавательной и профессиональной деятельности базовых знаний в области микроэкономики.

Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Захарова Ю.Н., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат экономических наук.
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.22 Краудфандинг и фандрайзинг**
Цель дисциплины	является приобретение студентами навыков использования полученных знаний в решении проблем обеспечения и реализации социального предпринимательства, фандрайзинговой деятельности, формирование культуры научного обоснования.
Задачи дисциплины	− сформировать у студентов целостное представление о фандрайзинге и краудфандинге как практике привлечения и аккумулирования средств на реализацию социально-значимых проектов и программ (социальные, исследовательские и образовательные); − проанализировать конкретные ситуации, возникающие в практике фандрайзинга и краудфандинга; − способствовать формированию у студентов профессиональной основы и комплекса знаний о принципах, подходах и технологиях фандрайзинга; − содействовать овладению умениями и навыками практических приемов фандрайзинга.
Коды формируемых компетенций	ОПК-1, ОПК-7
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** принципов и основы технологий краудфандинга и фандрайзинга; принципов теории и практики краудфандинга и фандрайзинга. **умения:** принимать участие под руководством в практической деятельности принципы и технологии краудфандинга и фандрайзинга; применять в процессе профессиональной деятельности методы краудфандинга и фандрайзинга в сфере профиля профессиональной подготовки. **навыки:** владение опытом участия в применении под руководством технологий краудфандинга и фандрайзинга; владение опытом прикладного использования современных концептуальных подходов и технологий краудфандинга и фандрайзинга в арт-бизнесе и рекламе.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 6; В академических часах – 216.
Разработчики	Захарова Ю.Н., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат экономических наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.23 Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе**
Цель дисциплины	формирование у студентов знаний о рынке арт-бизнеса, способах взаимодействия и управления его субъектами; раскрытие теоретических положений и прикладных технологий управления коммуникационной деятельностью в сфере арт-бизнеса, включая основы организации и менеджмента коммуникационного агентства или рекламного подразделения, принципы разработки и технологии

	анализа различных типов рынков товаров и услуг, разработки и реализации рекламной кампании, медиапланирования, продвижения визуальных комуникационных услуг и анализа эффективности визуальной коммуникационной деятельности.
Задачи дисциплины	- изучение структуры и функций коммуникационных агентств и служб; - изучение условий формирования различных принципов управления - планированием и организацией коммуникационной активности предприятия в сфере арт-бизнеса; - овладение знаниями и технологиями подготовки проекта рекламной коммуникационной кампании, создания рекламных сообщений разных жанров, организации рекламной деятельности в области арт-бизнеса, оценки эффективности рекламной коммуникационной деятельности.
Коды формируемых компетенций	ОПК-5, ОПК-7
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основных концепций менеджмента и маркетинга; содержания основных принципов организации систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки; содержания основных принципов организации маркетинговой деятельности в сфере профиля профессиональной подготовки; основных технологий маркетинга в сфере профиля профессиональной подготовки; принципов теории и практики менеджмента и маркетинга в арт-бизнесе и рекламе. **умения:** анализировать во взаимосвязи явления и процессы управления на микро- и макроуровне; использовать источники экономической, социальной, управленческой информации; выявлять и анализировать проблемы организации и эффективности систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки; выявлять проблемы маркетингового характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения; анализировать и интерпретировать данные маркетинговых исследований; планировать и проводить коммуникационные кампании по продвижению товаров и услуг на рынок; применять в профессиональной деятельности методы менеджмента и маркетинга в сфере профиля профессиональной подготовки. **навыки:** владения основами методологии и основными методами анализа систем управления и систем маркетинговой деятельности; владения принципами и методами создания и развития систем управления в сфере профиля профессиональной подготовки; владения методами разработки маркетинговых программ и маркетинговой политики; владения методикой сегментации целевых рынков и выработки коммуникационной политики в отношении целевых аудиторий; владения методикой оценки маркетинговой деятельности предприятия /организации; владения опытом прикладного использования современных концептуальных подходов и технологий менеджмента и маркетинга в арт-бизнесе и рекламе.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 6; В академических часах – 216.
Разработчики	Белицкая О.В., доцент кафедры арт-бизнеса, кандидат

	экономических наук.
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.24 Web-разработка в арт-бизнесе и рекламе**
Цель дисциплины	освоить видп рофессиональной деятельности по проектированию, разработке и оптимизации веб-продуктов и соответствующие ему профессиональные и общие компетенции.
Задачи дисциплины	- разрабатывать веб-приложение в соответствии с техническим заданием; разрабатывать интерфейс пользователя веб-приложений в соответствии с техническим заданием; осуществлять техническое сопровождение и восстановление веб-приложений в соответствии с техническим заданием; производить тестирование разработанного веб приложения; размещать веб приложения в сети в соответствии с техническим заданием; осуществлять сбор статистической информации о работе веб-приложений для анализа эффективности его работы; реализовывать мероприятия по продвижению веб-приложений в сети Интернет.
Коды формируемых компетенций	ОПК-1
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** общую характеристику процессов сбора, передачи и накопления информации; технические и программные средства и реализацию информационных процессов; теорию информационных 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. **умения:** использовать программные технические средства информационных систем в предметной области; использовать информа-ционно-поисковые средства локальных и глобальных вычислительных и информационных сетей; использовать информационных технологии и знания общей информационной ситуации информационных ресурсов предметной области. **навыки:** опытом использования методиками анализа предметной области; опытом применения методики декомпозиции информационных систем на подсистемы; практическими навыками использования информационных технологий в различных информационных системах
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 5; В академических часах – 180.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.25 Эвент-маркетинг**
Цель дисциплины	формирование у будущих специалистов представления об одном из разновидностей арт деятельности - эвент-маркетинге. В курсе дается обзор основных понятий, относящихся к эвент-маркетингу и используемым технологиям. Особое место отводится организационной структуре рекламной службы предприятия и

	независимого рекламного эвент-агентства, рассматривается развитие эвент-деятельности организации как долговременного процесса в формировании имиджа, его влиянии на общественные интересы и потребности.
Задачи дисциплины	– изучение основных аспектов современныхэвент-технологий; – изучение основных направлений развития и совершенствования сферыэвент-маркетинга; – изучение теоретических основ и приобретение практических навыков работы по изучению потенциальной аудитории, обработке результатов исследования аудитории.
Коды формируемых компетенций	ОПК-5, ОПК-7
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** принципов маркетинговой концепции управления; критериев эффективности культурного события; основ формирования ценовой и ассортиментной политики организации; принципов и основные этапы формирования эвент-программы. **умения:** формировать и оценивать маркетинговые стратегии развития эвент-агентства; определять содержательную и образно-смысловую композицию мероприятия исходя из анализа целевой аудитории; - прогнозировать поведение различных рыночных субъектов; оценивать рыночную конъюнктуру, анализировать ее воздействие на эвент-агентство. **навыки:** владеть методами исследования рынка в статике и динамике с целью формирования маркетинговых программ; выбора и применения маркетинговых инструментов в процессе изучения и формирования спроса на культурный продукт.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 7; В академических часах – 252.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.26 Искусствознание**
Цель дисциплины	знакомство с основными искусствоведческими концепциями, с выработкой компетенций по анализу художественных произведений в соответствии со спецификой эстетических особенностей разных видов искусств
Задачи дисциплины	- знакомство с основными искусствоведческими терминами и понятиями; - изучение основных искусствоведческих концепций; - формирование устойчивых критериев оценки при встрече с разными художественными явлениями.
Коды формируемых компетенций	ОПК-5
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основные концепции искусствознания **умения:** анализировать художественное произведение с опорой на знание теории искусствоведения **навыки:** навыками анализа художественных произведений
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 6; В академических часах – 216.

Разработчики	Нежигай Э.Н., кандидат исторических наук, доцент кафедры истории, культурологии и музееведения
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.27 Практика графического дизайна**
Цель дисциплины	Формирование у обучающихся проектного мышления, овладения ознакомительными навыками графического проектирования объектов визуально-коммуникационной сре-ды (информационного пространства) в соответствии с поставленными задачами и требованиями целевой аудитории.
Задачи дисциплины	~ формирование у обучающихся понимания специфики дизайнерской деятельности и его коммуникационной роли; ~ формирование компетентностной характеристики в соответствии с профилем профессиональной подготовки; ~ наработка опыта применения графического инструментария, средств компьютерной графики при решении профессиональных задач; ~ развитие художественного и творческого стиля мышления; ~ формирование положительной мотивации к обучению, к реализации личностного творческого потенциала и к профессиональному саморазвитию; ~ овладение методами анализа дизайн-решения объектов.
Коды формируемых компетенций	ОПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** принципыитехнологииграфическогодизайнаварт-проектированииирекламнойдеятельностивсферевизуальнойрекламы **умения:** применятьвпрактикепрофессиональнойдеятельностипринциповитехнологийварт-проектированииирекламнойдеятельностивсферевизуальнойрекламы **навыки:** опытомприменениявпрактикепрофессиональнойдеятельностипринциповитехнологийварт-проектированииирекламнойдеятельностивсферевизуальнойрекламы
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 6 В академических часах – 216
Разработчики	Власова Ю.А., старший преподаватель кафедры дизайна; Прудовская О.Ю., кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой дизайна
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.28 Технологии презентации и визуализации данных**
Цель дисциплины	познакомить с концепциями, направлениями и методами визуального представления информации, данных и знаний. Обеспечить освоение прикладных методик анализа и репрезентации комплексной информация, необходимой для быстрого представления большого количества данных. Познакомить с теорией и практикой использования визуального мышления в эвристическом и аналитическом исследовательском моделировании и экспертизе.
Задачи дисциплины	научить использованию инфографики и визуализации данных в разных областях науки, образования и информационно-аналитической работы.

Коды формируемых компетенций	ОПК-1
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** 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. **умения:** 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. **навыки:** специализированными приложениями по созданию инфографики; программами для верстки и визуализации данных; опытом деятельности: по использованию современных технологий визуализации данных
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.29 Визуальные объекты массового восприятия**
Цель дисциплины	ознакомить обучающихся с экспонированием визуальных арт-объектов в художественных музеях, выставочных залах и галереях как социальными институтам и сформировать у обучающихсязнания в области репрезентации визуальных объектов массового восприятия.
Задачи дисциплины	- системно рассмотреть современные концепции музейной, выставочной и галерейной деятельности; - ознакомить обучающихся с классификацией экспонирующих визуальные объекты массового восприятия институций; - сформировать у обучающихся умения и навыки восприятия и интерпретации визуальных объектов массового восприятия; - ознакомить обучающихся с современными технологиями организации работы галерей и художественных музеев, разработки и реализации арт-проектов и выставок и экспозиций в области публичной репрезентации визуальных объектов массового восприятия; - теоретическим и прикладным анализом визуально-коммуникативной эффективности реализации претворения в жизнь экспозиционно-выставочных программ; - сформировать у обучающихся целостное представление о музейной и галерейной деятельности.
Коды формируемых компетенций	ОПК-5, ОПК-6
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты:

	знания: основных концептов визуальных объектов массового восприятия; специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте и принципов применения ее в практике профессиональной деятельности. **умения:** использовать в разработке и реализации бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы визуальных аспектов массового восприятия; применять в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы знаний специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте. **навыки:** использования в практике проектной деятельности арт-бизнесе и рекламе визуальных объектов массового восприятия; использования в практической деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы знаний специфики и статуса различных видов искусств в историко-культурном контексте.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 5; В академических часах – 180.
Разработчики	Кудинова А.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат исторических наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.О.30 Медиация и кураторская практика в арт-бизнесе**
Цель дисциплины	заключается во всестороннем изучении медиации и кураторской практики в современном арт-бизнесе, в активации механизмов нового видения адекватного восприятия и оценки современного искусства.
Задачи дисциплины	- изучение роли и форм работы куратора, - формирование навыков медиации, анализа и создания кураторских проектов, на основе понимания актуальных тенденций и методов в сфере искусства; - рассмотрение специфики кураторской деятельности; - изучение, анализ и создание кураторских проектов в сфере искусства; - формирование понимания теории и практики кураторства как части развития визуальных художественных практик.
Коды формируемых компетенций	ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основ теории и истории искусства; методологии изучения, сохранения и трансляции знаний о мировом искусстве; закономерностей и особенности создания произведений искусства. **умения:** оперировать знаниями в периодизации и стилистике современного искусства; представлять знания о практике популяризации современного искусства; доносить информацию о ценностях современного искусства. **навыки:** анализа и оценки произведений современного искусства; создания кураторских проектов в выставочной и музейной деятельности; создания креативных кураторских проектов в сфере культуры, искусства и арт-бизнеса.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 5; В академических часах – 180.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы,

	кандидат культурологии
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.01 Креативная экономика**
Цель дисциплины	знакомство студентов с основными социокультурными, экономическими, правовыми и образовательными предпосылками креативной экономики, совместный анализ институциональных факторов, способствующих ее развитию.
Задачи дисциплины	- сформировать представления о современной экономической системе, тенденциях развития творческих индустрий, о принципах и подходах к менеджменту и предпринимательству в областях, основой которых является творческая составляющая; - сформировать умения анализировать современные технологии управления в творческих индустриях, объединять культурологические знания с современными экономическими практиками впредпринимательской деятельности, государственной или муниципальной службы в области культуры; - сформировать навыки анализа, моделирования и управления культурными проектами на организационном уровне.
Коды формируемых компетенций	ПК-2, ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основ технологии принятия и реализации управленческих решений в сфере арт-бизнеса и рекламы, основы управленческого бизнес-консалтинга в арт-бизнесе и рекламе; основ проектной деятельности и их особенности в арт-бизнесе и рекламы. **умения:** использовать технологии принятия и реализации стратегических и оперативных управленческих решений в сфере арт-бизнеса и рекламы; уметь применять на практике технологии проектного бизнес-консалтинга в сфере арт-бизнеса и рекламы; управлять разработкой и технологиями реализации арт-проектов и рекламных проектов. **навыки:** владения методологией и методикой применения профессиональных управленческих компетенций в сфере арт-бизнеса и рекламы; методологией и методикой проектного бизнес-консалтинга в сфере арт-бизнеса и рекламы; владения профессиональными компетенциями предпринимательской и управленческой деятельности в сфере арт-бизнеса.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологии
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.02 Цифровизация креативных индустрий**
Цель дисциплины	является формирование понятийного аппарата, развитие теоретического и проективного мышления в области цифровизации креативных индустрий, понимание основ функционирования и взаимодействия между различными организациями внутри сектора культурных и креативных индустрий, а также развитие данных секторов в глобальной экономике.
Задачи дисциплины	понимание места и роли цифровизации в развитии креативных

	индустрий, изучение новых цифровых форматов взаимодействия с аудиториями креативных индустрий, применение современных информационно-коммуникационных технологий в проектной деятельности в креативных индустриях.
Коды формируемых компетенций	ПК-2
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основы формирования цифровой культуры, применения виртуальных технологий в организации деятельности креативных индустрий. **умения:** разрабатывать проекты и использованием цифрового пространства. **навыки:** создания цифрового культурного продукта, разработки стратегий продвижения в цифровой среде.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 5; В академических часах – 180.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологии
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.03 Современная массовая культура**
Цель дисциплины	изучить феномен массовой культуры в современном мире, представить различные подходы к исследованию массовой культуры, выявить их познавательные возможности и границы, выработать у студентов комплексное понимание современной массовой культуры как формы организации и трансляции культурных значений и образцов.
Задачи дисциплины	исследовать становление массовой культуры в эпоху современности, проанализировать ее культурную динамику; выявить место и функции массовой культуры в обществе, исследовать основные формы и процессы современной российской и западной массовой культуры; выявить культурную специфику современной российской массовой культуры.
Коды формируемых компетенций	ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основ теории и практики современной массовой культуры. **умения:** основы теории и практики современной массовой культуры. **навыки:** опытом участия в использовании в практической профессиональной деятельности под руководством методологию и методику исследований современной массовой культуры.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 6; В академических часах – 216.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологии
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.04 Цифровые коммуникации**
Цель дисциплины	ознакомление обучающихся со стратегиями и технологиями

	цифровой коммуникации, знакомство с основными понятиями в сфере цифровой коммуникации, изучение стратегий цифровой коммуникации в соответствии с задачами профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Задачи дисциплины	развить навыки делового и межличностного общения в цифровой среде, познакомить с технологиями цифрового маркетинга, сформировать представление о правилах цифрового этикета, изучить основные возможности сети интернет для делового и межличностного общения.
Коды формируемых компетенций	ПК-2
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** возможности цифровых средств коммуникации в решении профессиональных задач. **умения:** использовать интернет-технологии в коммуникационной практике; выбирать стратегию цифровой коммуникации в соответствии с задачами профессиональной деятельности; использовать инструменты цифрового маркетинга; соблюдать правила цифрового этикета; решать задачи профессиональной деятельности на основе цифровой коммуникации; выбирать техническое оборудование и програмное обеспечение для цифровой коммуникации. **навыки:** навыками деловых и межличностных коммуникаций в цифровой среде; технологиями цифрового маркетинга; навыками использования технологий цифровой коммуникации в профессиональной деятельности; навыками применения современных цифровых устройств и программного обеспечения при создании коммуникационного продукта.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.05 Исследования в арт-бизнесе и рекламе**
Цель дисциплины	сформировать у обучающихся знания в области методологии и методики проведения исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Задачи дисциплины	1. Освоение методологии проведения исследований в арт-бизнесе и рекламе. 2. Изучение роли социологии и социологических методов в проведении исследований в арт-бизнесе и рекламе. 3. Освоение форм оценки эффективности арт-бизнес-деятельности и рекламной сфере. 4. Сформировать теоретические и прикладные навыки анализа деятельности в рамках маркетинговой концепции арт-бизнеса и рекламы. 5. Освоение методов анализа арт-бизнеса и рекламы.
Коды формируемых компетенций	ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты:

	знания: основ проектной деятельности и их особенности в арт-бизнесе и рекламе; основ технологии принятия и реализации управленческих решений в сфере арт-бизнеса и рекламы, основы правленческого бизнес-консалтинга в арт-бизнесе и рекламе. **умения:** управлять разработкой и технологиями реализации арт-проектов и рекламных проектов; использовать технологии принятия и реализации стратегических и оперативных управленческих решений в сфере арт-бизнеса и рекламы; применять на практике технологии проектного бизнес-консалтинга в сфере арт-бизнеса и рекламы. **навыки:** владение профессиональными компетенциями предпринимательской и управленческой деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; владения методологией и методикой применения профессиональных управленческих компетенций в сфере арт-бизнеса и рекламы; владения методологией и методикой проектного бизнес-консалтинга в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологии
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.06 Управление персоналом в арт-бизнесе и рекламе**
Цель дисциплины	является получение студентами основ знаний и навыков по формированию и организации функционирования систем управления персоналом в арт-бизнесе и рекламе, планированию кадровой работы, управлению персоналом и его развитием, как важнейшим ресурсом организации.
Задачи дисциплины	- освоение студентами методологических и методических основ управления персоналом в арт-бизнесе и рекламе; - определение места и роли управления персоналом в системе менеджментав арт-бизнесе и рекламе; - освоение студентами механизмов создания команды; - сформировать новое мышление в отношении принципов формирования и использования персонала и механизма управления им, овладение приемами повышения мотивации персонала в трудовой деятельности и конструктивного разрешения конфликтных ситуаций в коллективе; -овладение навыками планирования и развития деловой карьеры; - овладеть методами стратегического управления персоналом в арт-бизнесе и рекламе; - научиться разрабатывать обоснованные решения по вопросам управления персоналом.
Коды формируемых компетенций	ПК-2
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основ проектной деятельности и их особенности в арт-бизнесе и рекламе. **умения:** управлять разработкой и технологиями реализации арт-проектов и рекламных проектов.

	навыки: владения профессиональными компетенциями предпринимательской и управленческой деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Захарова Ю.Н., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат экономических наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.07 Проектирование в арт-бизнесе и рекламе**
Цель дисциплины	освоение теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции арт- и рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения. Обучение студентов основам проектирования в арт-бизнесе и освоению комплексных подходов при создании рекламных продуктов.
Задачи дисциплины	- обучение практическим навыкам и умению создавать проекты в сфере рекламы и арт-бизнеса; - развитие профессионального мастерства и видения специалиста арт-бизнеса; - обучение созданию и использованию брифа.
Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** основных концепций управления креативными проектами; основных концепций креативного проектирования в сфере арт-бизнеса и рекламы. **умения:** учитывать особенности управления креативными проектами; использовать в профессиональ-ной деятельности под руководством умения разрабатывать проекты в арт-бизнесе и рекламе. **навыки:** владеть опытом участия в управления креативными проектами под руководством специалистов в сфере профиля профессиональной подготовки; опытом применения под руководством методологии и методики разработки проектов в арт-бизнесе и рекламе.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 6; В академических часах – 216.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологи
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.08 Визуальные коммуникации в арт-бизнесе и рекламе**
Цель дисциплины	усвоение базовых знаний о типологии и структуре визуальных коммуникаций, использование их в процессе учебного проектирования, иное применением навыков, полученных в результате освоения дисциплины.
Задачи дисциплины	– дать определения и наметить классификацию визуальным коммуникациям; – ознакомить учащихся с системами визуальных коммуникаций

	в рекламе и средствами их создания; – раскрыть специфические формообразующие, информационные и художественные возможности визуальных коммуникационных систем; – совершенствовать проектные решения с применением полученных в ходе дисциплине навыков на различных стадиях.
Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты: **знания:** сновы проектной деятельности и их особенности в арт-бизнесе и рекламе; принципы управления прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы. **умения:** принципы управления прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы; управлять прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы. **навыки:** владеть профессиональными компетенциями предпринимательской и управленческой деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; методологией и технологиями управления использованием результатов прикладных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Общая трудоемкость дисциплины	В зачетных единицах – 3; В академических часах – 108.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.01.01 Общая физическая подготовка**
Цель дисциплины	формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.
Задачи дисциплины	1. воспитание у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду; 2. сохранение и укрепление здоровья студентов, посредством развития физических качеств и повышения функциональных возможностей организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения; 3. общая физическая подготовка студентов; 4. профессионально - прикладная физическая подготовка студентов с учётом особенностей их будущей трудовой деятельности; 5. приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации занятий по общей физической подготовке; 6. обучение основным способам контроля за физической нагрузкой, отдельными показателями физического развития и физической подготовленности;

	7. развитие интереса к регулярным самостоятельным занятиям физическими упражнениями, формам активного отдыха и досуга.
Коды формируемых компетенций	УК-7
Планируемые результаты обучения по дисциплине	**В результате освоения дисциплины студент должен приобрести** **знания:** теоретико-методические и организационные основы физической культуры и спорта; средства, методы и методические приемы организации занятий ОФП с различной функциональной направленностью; основы техники безопасности и профилактики травматизма на занятиях ОФП; **умения**: осуществлять подбор необходимых средств ОФП, прикладных физических упражнений для адаптации организма к различным условиям труда и специфическим воздействиям внешней среды; планировать содержание самостоятельных тренировочных занятий ОФП с соблюдением правил техники безопасности и профилактики травматизма; **навыки**: опытом применения практических умений и навыков различных видов спорта и систем физических упражнений, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развития и совершенствования психофизических способностей и качеств; опытом творческого применения физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – в академических часах – 328
Разработчики	Преподаватель кафедры туризма и ФК Шутько А.П.
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.01.02 Спортивные игры**
Цель дисциплины	формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.
Задачи дисциплины	1. воспитание у студентов высоких моральных, волевых и физических качеств, готовности к высокопроизводительному труду; 2. сохранение и укрепление здоровья студентов, посредством применения умений и навыков спортивных игр, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения; 3. всесторонняя физическая подготовка студентов; 4.профессионально - прикладная физическая подготовка студентов с учётом особенностей их будущей трудовой деятельности;

	5.приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации занятий по спортивным (подвижным) играм; 6.совершенствования спортивного мастерства студентов - спортсменов; 7.обучение основным способам контроля за физической нагрузкой, отдельными показателями физического развития и физической подготовленности; 8.воспитание у студентов убеждённости в необходимости регулярно заниматься физической культурой и спортом.
Коды формируемых компетенций	УК-7
Планируемые результаты обучения по дисциплине	**В результате освоения дисциплины студент должен приобрести знания**: социальную роль физической культуры в развитии индивидуально-психологических качеств личности, для реализации процесса самоопределения, саморазвития, самосовершенствования и готовности к профессиональной деятельности; средства, методы и методические приемы обучения спортивным (подвижным) играм; основы техники безопасности и профилактики травматизма на занятиях по спортивным (подвижным) играм; **умения**: определять педагогические возможности спортивных (подвижных) игр с различной функциональной направленностью (оздоровительной, лечебной тренировочной, коррекционной и рекреативной) и учетом индивидуальных возможностей, особенностей организма; планировать содержание самостоятельных тренировочных занятий по спортивным (подвижным) играм с соблюдением правил техники безопасности и профилактики травматизма; **навыки**: опытом использования спортивных (подвижных) игр в формировании двигательных умений и навыков; опытом применения практических умений и навыков в спортивных играх, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развития и совершенствования психофизических способностей и качеств; опытом планирования содержания самостоятельных занятий по спортивным (подвижным) играм различной функциональной направленности с учетом индивидуальных возможностей организма.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – в академических часах – 328
Разработчики	Преподаватель кафедры туризма и ФК Шутько А.П.
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.02.01 Социальное проектирование в арт-бизнесе и рекламе**
Цель дисциплины	является овладение студентами системой методологических, методических и аналитических знаний и проектных умений в области социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе, рынка социальных услуг, планирования и проведения

	рекламных кампаний в области социально-значимых проектов.
Задачи дисциплины	- изучение основ социального проектирования, некоммерческого маркетинга социальных услуг и системы социально ориентированных коммуникаций; - овладение студентами методологией и методикой анализа социальных процессов в рамках разработки, планирования и проведения социальных рекламных кампаний и социальных проектов в арт-бизнесе; - выработку у студентов навыков и умений по созданию, позиционированию и реализации социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе.
Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основ проектной деятельности и их особенности в реализации социально-значимых задач; знать методы и технологии управления разработкой, производством и продвижением социальных арт-проектов и социальных рекламных проектов. **умения:** управлять разработкой и технологиями реализации социальных арт- и рекламных продуктов; разрабатывать стратегические и оперативные планы в области социальной проектной деятельности, управлять проектной деятельностью социально-значимой тематики. **навыки:** разработки социального арт- и рекламного продукта; разработки и продвижения социальных арт- и рекламных проектов.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 3; в академических часах – 108.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологи
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.02.02 Социальная реклама**
Цель дисциплины	является овладение студентами системой методологических, методических и аналитических знаний и проектных умений в области социальной рекламы, рынка социальных услуг, планирования и проведения рекламных кампаний в области социальной рекламы как неотъемлемой части современного социального сервиса.
Задачи дисциплины	- изучение основ некоммерческого маркетинга социальных услуг и системы социально ориентированных коммуникаций; - овладение студентами методологией и методикой анализа социальных процессов в рамках разработки, планирования и проведения рекламных социальных кампаний; - выработку у студентов навыков и умений по созданию, позиционированию и реализации некоммерческого социального продукта – социальной рекламы.
Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основ проектной деятельности и их особенности в реализации социально-значимых задач; знать методы и

	технологии управления разработкой, производством и продвижением социальных арт-проектов и социальных рекламных проектов. **умения:** управлять разработкой и технологиями реализации социальных рекламных продуктов; разрабатывать стратегические и оперативные планы в области социальной проектной деятельности, управлять проектной деятельностью социально-значимой тематики. **навыки:** разработки социального рекламного продукта; разработки и продвижения социальных рекламных проектов.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 3; в академических часах – 108.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологи
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.03.01 Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе**
Цель дисциплины	формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции визуального рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения. Кроме того, ставится целью научить студентов оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие визуальной рекламы, ее маркетинговую, коммуникативную и экономическую эффективность.
Задачи дисциплины	1. Ознакомить студентов с ролью и функциями дизайнеров, криейтеров, копирайтеров в процессе создания визуального рекламного продукта. 2. Сформировать представления об этапах, принципах и методах создания визуального рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах. 3. Дать студентам знания и сформировать базовые навыки разработки концепций визуального рекламного обращения. 4. Ознакомить студентов с основными принципами и технологиями использования средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привить базовые навык использования этих средств при создании визуального рекламного продукта. 5. Ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления визуального рекламного продукта, приемам художественного дизайна и редактирования. 6. Научить основным подходам к творческому производству и технологии разработки визуального рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации. 7. Вооружить студентов методиками тестирования и экспертной оценки визуального рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам.
Коды формируемых компетенций	ПК-3
Планируемые результаты	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести:

обучения по дисциплине	**знания:** основ теории и практики разработки визуального контента в рекламе. **умения:** разрабатывать под руководством визуальный контент в рекламе. **навыки:** владения опытом разработки под руководством визуального контента в рекламе.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 8; в академических часах – 288.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.03.02 Разработка и технологии производства рекламного продукта**
Цель дисциплины	формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции визуального рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения. Кроме того, ставится целью научить студентов оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие визуальной рекламы, ее маркетинговую, коммуникативную и экономическую эффективность.
Задачи дисциплины	1. Ознакомить студентов с ролью и функциями дизайнеров, криейтеров, копирайтеров в процессе создания визуального рекламного продукта. 2. Сформировать представления об этапах, принципах и методах создания визуального рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах. 3. Дать студентам знания и сформировать базовые навыки разработки концепций визуального рекламного обращения. 4. Ознакомить студентов с основными принципами и технологиями использования средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привить базовые навык использования этих средств при создании визуального рекламного продукта. 5. Ознакомить студентов с принципами и методами художественного оформления визуального рекламного продукта, приемам художественного дизайна и редактирования. 6. Научить основным подходам к творческому производству и технологии разработки визуального рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации. 7. Вооружить студентов методиками тестирования и экспертной оценки визуального рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам.
Коды формируемых компетенций	ПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основ технологии производства рекламного продукта. **умения:** применять под руководством технологии производства рекламных продуктов. **навыки:** владеть опытом производства под руководством

	рекламных продуктов.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6; в академических часах – 216.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.04.01 Интернет реклама и SMM продвижение**
Цель дисциплины	формирование навыков использования современных информационных технологий и средств, позволяющих ориентироваться в вопросах получения, обработки и визуального оформления информации в сфере рекламной деятельности.
Задачи дисциплины	1. Формирование у студентов знаний, умений в сфере графических программ для создания рекламных продуктов. 2. Освоение студентами информационных технологий в сфере визуальных технологий в сети интернет и социальных сетей в интернет.
Коды формируемых компетенций	ПК-3, ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** методов и принципы работы с информацией: поиск, анализ, структурирование, подача; средств и формы эффективного визуального представления информации; основ макетирования; технологии размещения рекламных объявлений в социальных сетях; принципов управления прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы. **умения:** работать с информацией; эффективно использовать средства визуального представления информации; создавать анимационные и интерактивные фильмы; осуществлять монтаж видео и звука; управлять прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы. **навыки:** владение опытом макетирования и подготовки к печати в программе Adobe InDesign; - владение технологиями настройки рекламы на различных интернет-серверах; владения методологией и технологиями управления использованием результатов прикладных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6; в академических часах – 216.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.04.02 Интернет маркетинг**
Цель дисциплины	формирование навыков использования современных информационных технологий и средств, позволяющих ориентироваться в вопросах получения, обработки и визуального оформления информации в сфере рекламной деятельности.
Задачи дисциплины	1. Формирование у студентов знаний, умений в сфере графических программ для создания рекламных продуктов. 2. Освоение студентами информационных технологий в сфере визуальных технологий в сети интернет и социальных сетей в интернет.

Коды формируемых компетенций	ПК-3, ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** методов и принципов работы с информацией: поиск, анализ, структурирование, подача; средств и форм эффективного визуального представления информации; основ макетирования; технологий размещение рекламных объявлений в социальных сетях; принципов управления прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы. **умения:** работать с информацией; эффективно использовать средства визуального представления информации; создавать анимационные и интерактивные фильмы; осуществлять монтаж видео и звука; управлять прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы. **навыки:** владения опытом макетирования и подготовки к печати в программе Adobe InDesign; владения технологиями настройки рекламы на различных интернет-серверах; методологией и технологиями управления использованием результатов прикладных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6; в академических часах – 216.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.05.01 Брендинг и проектирование потребительской культуры**
Цель дисциплины	дать представление о брендинге как управленческой деятельности сфере арт-бизнеса и рекламы по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанном на совместном усиленном воздействии на потребителя товарного знака, упаковки, рекламных обращений, материалов и мероприятий сейлз промоушн и других элементов рекламно-информационной деятельности, объединенных идентифицирующими товар рекламной идеей и характерным унифицированным оформлением, выделяющим его среди конкурентов и создающим его фирменный образ в сознании потребителя; формирование представления о культуре потребления как о функционирующей программе использования членами общества всех потребительских благ.
Задачи дисциплины	ознакомить студентов с сутью процесса становления товара в качестве марочного; раскрыть стадии подготовки, проектирования и продвижения бренда; ознакомить студентов с методологией и методикой стратегических решений в сфере управления брендами; раскрыть особенности продвижения российских брендов в современных условиях развития рынков.
Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** методологию брендинга и потребительской культуры и методы их формирования и развития; методологию управления брендингом и потребительской культурой, и методами их формирования и развития; основы брендинга и проектирования потребительской культуры; принципы и технологии брендинга и

	формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы. **умения:** применять в профессиональной деятельности по профилю подготовки методологию и методику брендинга, брендбилдинга и проектирования потребительской культуры целевых сегментов на конкурентных рынках; применять в профессиональной деятельности по профилю подготовки под руководством методологию и методику управления брендинги, брендбилдингом и проектированием потребительской культуры целевых сегментов на конкурентных рынках; использовать под руководством в рекламной деятельности технологии брендинга и проектирования потребительской культуры; использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и технологии брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы. **навыки:** применения в профессиональной деятельности принципов и технологий брендинга и брендбилдингав профессиональной деятельности по профилю подготовки; применения в профессиональной деятельности под руководством принципов управления технологиями брендинга и брендбилдинга в арт-бизнесе и рекламе; использования под руководством в рекламной деятельности технологии брендинга и проектирования потребительской культуры; использования под руководством в прикладных исследованиях и профессиональной деятельности принципов и технологий брендинга и формирования потребительской культуры в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их результатов в профессиональной деятельности.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6; в академических часах – 216.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологи
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.05.02 Социальный брендинг**
Цель дисциплины	овладение студентами теоретическими и практическими основами формирования, управления и развития социального бренда
Задачи дисциплины	- знание сущности процессов социального брендинга, эффективных технологий создания и развития социальных брендов; - изучить технологии выстраивания социальных организаций, социальных проектов, личностей, играющих важную роль в общественном развитии; - рассмотреть технологии усиления и сопровождения социальных брендов; - уметь проводить исследования в процессе брендбилдинга.
Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** методологии разработки и применения в практической деятельности технологий социального брендинга; методологии управления разработкой и применением в практической

	деятельности технологий социального брендинга; основ теории и практики социального брендинга; принципов и технологии социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы. **умения:** использовать в практической деятельности в области профиля подготовки принципы методологии и технологии социального брендинга; использовать в практической деятельности под руководством в области профиля подготовки принципов управления технологиями социального брендинга; применять под руководством технологии социального брендинга в рекламной деятельности; использовать в прикладных исследованиях под руководством принципы и технологии социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы. **навыки:** применения в практической деятельности принципов и технологий социального брендинга в соответствии с профилем подготовки; применения в практической деятельности под руководством принципов управления технологиями социального брендинга в соответствии с профилем подготовки; применения под руководством технологии социального брендинга в рекламной деятельности; использования в прикладных исследованиях под руководством принципов и технологий социального брендинга в сфере арт-бизнеса и рекламы и использования их результатов в профессиональной деятельности.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6; в академических часах – 216.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культурологи
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.06.01 Копирайтинг**
Цель дисциплины	изучение обучающимися методологии и методики создания рекламных текстов разных форм и жанров; формирование базовых навыков создания авторских текстов.
Задачи дисциплины	1. Формирование у обучающихся представлений о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса; 2.Изучение многообразия существующих жанров текстов, используемых в сфере рекламы; 3.Ознакомление обучающихся с основными категориями, понятиями, терминами, которые используют профессиональные копирайтеры; 4. Формирование у обучающихся знаний о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании; 5. Формирование навыков составления рекламных или текстов различных жанров в соответствии с заявленной коммуникативной стратегией; 6. Овладение обучающимися методикой анализа рекламных сообщений.
Коды формируемых компетенций	ПК-3, ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основ копирайтинга в рекламной деятельности; методологии

	и методики исследования и использования их результатов в области копирайтинга. **умения:** использовать под руководством технологию копирайтинга в рекламной деятельности; 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. **навыки:** применения под руководством техно-логий копи-райтинга в рекламной деятельности; 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.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6; в академических часах – 216.
Разработчики	Морозов С.А., профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы, доктор философских наук, профессор
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**Б1.В.ДВ.06.02 Креолизованные тексты**
Цель дисциплины	является формирование представления о создании креолизованных текстов в рекламе, т.е. содержащих элементы различных семиотических систем, а также сформировать у студентов теоретический фундамент и выработать комплекс навыков для разработки творческой концепции визуальных продуктов с их вербальными и визуальными составляющими и их художественного воплощения.
Задачи дисциплины	1. Сформировать у студентов представление об этапах, принципах и методах разработкикреолизованного текста. 2. Познакомить студентов с принципами и методами создания вербальных и невербальных составляющих арт-объектов и арт-услуг. 3. Рассмотреть вопросы вербального и невербального воздействия в арт-бизнесе и рекламе, раскрыть функции креолизованных текстов в творческих индустриях. 4. Овладеть навыками разработки креолизованных текстов в печатных и электронных СМИ и рекламе.
Коды формируемых компетенций	ПК-3, ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основ теории и практики создания креолизованных текстов; методологии и методики исследования и использования их результатов в области креолизованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы. **умения:** использовать под руководством технологии создания креолизованных текстов в рекламной деятельности; применять под руководством в прикладных исследованиях и практике профессиональной деятельности исследования и - использовать их результатов в области креоли-зованных текстов в сфере арт-бизнеса и рекламы методологию и методику. **навыки:** использования под руководством технологий создания креолизованных текстов в рекламной деятельности; 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.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 6; в академических часах – 216.
Разработчики	Кудинова А.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат исторических наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**ФТД.01 Креативное проектирование**
Цель дисциплины	дать представление о методологии и методике креативного проектирования как творческой деятельности по созданию креативных проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Задачи дисциплины	- формирование у обучающихся базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческих проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы; - формирование у обучающихся осознания взаимосвязи маркетинговой политики, коммуникационной стратегии и творческих разработок в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-2, ПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** методологии и методику разработки и реализации бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы; методологии и методов менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; методологии и технологии рекламной деятельности, в том числе отечественный и зарубежный опыт развития рекламы. **умения:** самостоятельно разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в области арт-бизнеса и рекламы с учетом отечественного и зарубежного опыта в арт-бизнесе и рекламе; применять под руководством технологии менеджмента и маркетинга с использованием инфор-мационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере арт-бизнеса и 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. **навыки:** самостоятельной разработки и реализации эффективных бизнес-проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы с учетом отечественного и зарубежного опыта в области профессиональной деятельности; применения под руководством технологий менеджмента и маркетинга с использованием информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности в сфере; 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.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах – 72.
Разработчики	Морозов С.А., профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы, доктор философских наук, профессор

Индекс и название дисциплины по учебному плану	**ФТД.02 Научные исследования в проектной деятельности**
Цель дисциплины	дать обучающимся современные представления о методологии и методике научного сопровождения в проектной деятельности сфере арт-бизнеса и рекламы с использованием инструментария научных исследований.
Задачи дисциплины	1. Ознакомление с методологией проведения исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы. 2. Изучение основ теоретических знаний и прикладных навыков анализа и научного сопровождения проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе.
Коды формируемых компетенций	ПК-4
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основ методологии и методики научного сопровождения проектной деятельности в арт-бизнесе и рекламе; основ понятийного аппарата и терминологии области научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; основных методы научного анализа в сфере проектной деятельности в области арт – бизнеса и рекламы; основных методов представления результатов научных исследований в сфере проектной деятельности в области арт – бизнеса и рекламы. **умения:** применять базовые знания и понятийный аппарат научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; определять и использовать в практике научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы наиболее релевантные методы научного анализа; использовать основные формы и виды представления результатов научных исследований проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы. **навыки:** владение основ методологии и методики научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; владение базовыми понятиями и терминами научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы; владение основами представления полученных результатов в ходе научных исследований в области проектной деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах – 72.
Разработчики	Кудинова А.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат исторических наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**ФТД.03 Рекламная фотографика**
Цель дисциплины	студенты изучают технические аспекты рекламной фотографии и получают практические навыки в фотосъемке различных видов рекламной фотографии. Также изучаются прикладное программное обеспечение, для компьютерной обрпботки фотографии.
Задачи дисциплины	- обучение практическим навыкам и умению обращаться с различными типами фотоаппаратов и фотопринадлежностей; - изучение технологий фотосьемки различных видов рекламы; - обучение предпечатной подготовке фотоизображений.
Коды формируемых	ПК-3

компетенций	
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** методов и принципов работы с информацией: поиск, анализ, структурирование, подача; - средства и формы эффективного визуального представления информации; основ макетирования; технологии размещение рекламных объявлений в социальных сетях. **умения:** работать с информацией; эффективно использовать средства визуального представления информации; создавать анимационные и интерактивные фильмы; осуществлять монтаж видео и звука. **навыки:** владение опытом макетирования и подготовки к печати в программе Adobe InDesign; - технологиями настройки рекламы на различных интернет-серверах.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах – 72.
Разработчики	Куликов А.Ю., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат философских наук
Индекс и название дисциплины по учебному плану	**ФТД.04 Арт-бизнес проектирование**
Цель дисциплины	овладение студентами знаниями в области арт-бизнес проектирования и формирование навыков их использования в своей будущей профессиональной деятельности.
Задачи дисциплины	развитие личности студента, его мотивации, готовности к принятию ответственных и грамотных управленческих решений в области разработки и реализации проектов в арт-бизнесе; - формирование у студентов соответствующих компетенций в области проектного менеджмента.
Коды формируемых компетенций	ПК-1, ПК-3
Планируемые результаты обучения по дисциплине	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести: **знания:** основ арт-бизнес проектирования с учетом возрастных и социально-демографических особенностей участников арт-бизнес деятельности; методик разработки и внедрения арт-бизнес проекта; критерий оценки эффективности арт-бизнес проекта. **умения:** проектировать массовые, групповые и индивидуальные формы арт-бизнес деятельности в соответствие с культурными потребностями различных групп населения; обеспечивать связи с общественностью и рекламу арт-бизнес проектов; создавать концептуальные решение арт-бизнес проектов. **навыки:** владения методами создания арт-бизнес проектов в сфере профессиональной подготовки; владения методами использования количественных и качественных методов оценки эффективности арт-бизнес проектов.
Общая трудоемкость дисциплины	в зачетных единицах – 2; в академических часах – 72.
Разработчики	Терещенко Л.В., доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы, кандидат культорологии