

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

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

ПРИНЯТО:

Решением Ученого Совета
Краснодарского государственного
института культуры
«30» августа 2016 года
Протокол № 9

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Краснодарского
государственного института
культуры

С.С. Зенгин
«30» августа 2016 года

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Квалификация
Бакалавр

Направленность (профиль)
Визуальные коммуникации

Форма обучения – очная, заочная

(год начала подготовки 2015)

Краснодар, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
1.1. Правовые основы реализации образовательной программы.....	3
1.2. Миссия, цель и задачи образовательной программы.....	3
1.3. Планируемые результаты освоения образовательной программы.....	4
1.3.1. Требования к абитуриенту.....	4
1.3.2. Компетенции обучающихся, формируемые в процессе освоения образовательной программы.....	4
1.3.3. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине и практике	6
1.4. Общая характеристика образовательной программы.....	35
1.4.1. Квалификация, присваиваемая выпускникам.....	35
1.4.2. Область профессиональной деятельности выпускников.....	35
1.4.3. Объекты профессиональной деятельности выпускников.....	35
1.4.4. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники.....	35
1.4.5. Направленность образовательной программы.....	35
1.4.6. Планируемые результаты освоения образовательной программы.....	36
1.4.7. Объем, структура и срок освоения образовательной программы	38
1.4.8. Сведения о профессорско-преподавательском составе	39
2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	39
2.1. Учебный план.....	39
2.2. Календарный учебный график.....	39
2.3. Рабочие программы дисциплин	39
2.4. Программы практик	39
3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА	39
3.1. Нормативно-правовые основы системы оценки качества освоения ОПОП.....	39
3.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля обучения и промежуточной аттестации обучающихся.....	40
3.3. Оценочные средства для проведения государственной итоговой аттестации выпускников.....	40
4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	41
5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	42
6. МЕТОДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ	44

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Правовые основы реализации образовательной программы

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

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

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013 г. № 1367;

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

- нормативными документами Министерства образования и науки Российской Федерации;

- нормативными документами Министерства культуры Российской Федерации;

- Уставом ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры»;

- локальными актами института.

1.2. Миссия, цель и задачи образовательной программы.

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

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

Задачи ОПОП:

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

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

в) воспитание в ходе образовательного процесса творчески активной, всесторонне развитой личности готовой к непрерывному повышению

квалификации в соответствии с требованиями динамики развития культуры и искусства.

1.3. Планируемые результаты освоения образовательной программы

1.3.1. Требования к абитуриенту

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

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

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

1.3.2. Компетенции обучающихся, формируемые в процессе освоения образовательной программы

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

- готовностью к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способностью к поиску и анализу информации, постановки цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- готовностью уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия, в том числе и при работе в коллективе, способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

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

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

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

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

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

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

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

образовательно-педагогическая деятельность:

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

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

научно-исследовательская деятельность:

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

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

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

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

творческая деятельность:

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

организационно-управленческая деятельность:

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

проектная деятельность:

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

1.3.3. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине и практике

	Наименование дисциплины (практики)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (практике). Обучающийся должен:
Б1	Дисциплины (модули)	
Б1.Б	Базовая часть	
Б1.Б.1	Философия	<p>знать основные направления и школы, возникшие в истории развития философской мысли; фундаментальные проблемы современных философских дискуссий в области естественных и гуманитарных наук; основные тенденции социально-культурных и нравственных трансформаций в современную эпоху; сущность, содержание и формы наиболее значимых социокультурных процессов, имеющих место в мире и в современной России; традиции отечественной философии и культуры.</p> <p>уметь критически переосмысливать накопленный интеллектуальный опыт человечества и применять его при необходимости в своей профессиональной деятельности; квалифицированно использовать философские и общенаучные методы исследования; четко формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным мировоззренческим проблемам философии; компетентно использовать основополагающие понятия и методы философии для анализа и оценки современных социальных фактов, процессов и тенденций; грамотно идентифицировать потребности и интересы определенных социальных групп и предлагать механизмы их согласования между собой в контексте поиска консенсуса.</p> <p>владеть теоретическими основами философии и социальных наук, современной философской и общенаучной методологией;</p> <p>знаниями последних достижений в области</p>

		<p>философии и частных наук; когнитивными качествами: критичностью, идейностью, убежденностью, коммуникативной, социально-психологической и духовной компетентностью; навыками восприятия и критического анализа текстов, имеющих философское содержание; приемами ведения дискуссии и полемики, аргументированного изложения своей позиции; способностью делать выводы мировоззренческого характера, обобщать наблюдаемые социально-культурные явления, выявляя их сущность и формы проявления; развитым внутренним локусом контроля, чувством социальной и нравственной ответственности перед самим собой и обществом; уважением к историческому наследию и культурным традициям родной страны.</p>
Б1.Б.2	История	<p>знать категориальный аппарат и научные методы познания, методику преподавания истории.</p> <p>уметь формулировать научно-исследовательские и научно-практические проблемы и использовать эвристические методы их решения; осуществлять педагогический процесс.</p> <p>владеть собственной базой данных; составлением рефератов, обзоров, методических пособий;</p> <p>методикой преподавания и воспитания учащихся.</p>
Б1.Б.3	Иностранный язык	<p>знать специфику артикуляции звуков, нормативное произношение, транскрипцию, интонацию, основные правила чтения, ритм нейтральной речи в изучаемом языке; основные речевые формы высказывания: повествование, описание, монолог, диалог, рассуждение; грамматический минимум: грамматический строй, основы грамматики и необходимых грамматических конструкций, а также грамматической функции на уровне морфологии и синтаксиса; базовую лексику общего иностранного языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также базовую терминологию своей специальности; отдельные аспекты страны изучаемого языка в рамках предлагаемых программой сфер общения и тематики (об образе жизни, традициях, истории, культуре, экономике и политике страны изучаемого языка).</p> <p>уметь работать с литературой: художественной, учебной, страноведческой, научно-популярной, научной, справочной, специальной; читать с различными целями специальную литературу,</p>

		<p>иметь опыт ознакомительного и изучающего чтение; фиксировать и анализировать информацию, полученную при чтении; реферировать, аннотировать и переводить со словарем тексты по выбранной специальности; составлять сообщения, доклады, рефераты, презентации, тезисы прочитанного текста; адекватно воспринимать иностранную речь в монологической и диалогической форме, а также принимать высказывания профессионального характера на иностранном языке; составлять диалог в связи с содержанием текста; принимать участие в беседе на общие и профессиональные темы в ситуациях повседневного и делового общения; сообщить информацию в рамках страноведческой, общенаучной и общеспециальной тематики; сравнивать и обсуждать различные аспекты национальной культуры в рамках предлагаемых программой сфер общения и тематики; извлекать из текста нужную информацию для подготовки высказывания; делать публичные сообщения с опорой на его план, тезисы, реферат.</p> <p>владеть всеми видами чтения (изучающим, ознакомительным, поисковым) литературы разных функциональных стилей и жанров; языком разных жанров литературы по специальности (статьи из газет, журналов, энциклопедий, словарей, деловые письма, документация по направлению бакалавриата и т.д.); лексическим минимумом в объеме 4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера; грамматическими навыками, обеспечивающими коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении; навыками монологического высказывания: неподготовленной, а также подготовленной в виде сообщения, рефераты, доклады, и диалогической речью, беседой, интервью, дискуссия в ситуациях официального и неофициального общения в пределах изученного языкового материала; основными навыками письма, а также языком деловой переписки, являющейся неотъемлемой частью делового общения в пределах изученного языкового материала; необходимой скоростью чтения про себя; навыками разговорно-бытовой речи (владеть нормативным произношением, ритмом речи и применять их для повседневного общения).</p>
Б1.Б.4	Русский язык и культура	знать основные закономерности функционирования информации в различных

	речи	<p>ветвях социальной и культурной жизни; основы делового общения, способствующие развитию общей культуры и социализации личности; систему организации и функционирования языка и речи, нормативные и стилистические особенности русского языка.</p> <p>уметь использовать знания русского языка в профессиональной деятельности, профессиональной коммуникации и при межличностном общении; выявлять конкретные параметры различных культурных подсистем: социально-психологической сферы, языка, искусства и др. использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач; выстраивать и реализовывать перспективные линии интеллектуального, культурного, нравственного, и профессионального саморазвития;</p> <p>владеть лексическим минимумом общего и терминологического характера; русским языком и культурой мышления и организации речи, навыками работы с научной и профессиональной литературой; культурой коммуникации с научно-исследовательскими учреждениями и информационно-аналитическими службами по обмену информацией в анализе духовной сферы общества.</p>
Б1.Б.5	Безопасность жизнедеятельности	<p>знать правовые основы обеспечения безопасности жизнедеятельности.</p> <p>уметь выявлять проблемы социального характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социальных последствий.</p> <p>владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий катастроф, стихийных бедствий.</p>
Б1.Б.6	Психология	<p>знать предмет и задачи психологии; основные категории и понятия психологической науки; основные направления в психологии; основные научные школы и концепции психологии; историю развития представлений о психике человека; структуру психики; о психологических, индивидуально – личностных, темпераментных и характерологических особенностях человека, внутренней (эмоционально и волевой регуляции его деятельности, основных психических процессов (ощущении, восприятии, внимании, памяти, мышлении и др.); структуру личности; общие характеристики познавательных процессов и свойств личности; место и роль процессов познания и самопознания в психическом развитии человека; самостоятельно разбираться в постановке и решении проблем, связанных со строением и развитием личности и индивидуальности человека.</p> <p>уметь ориентироваться в основных направлениях психологической науки и</p>

		<p>практики; понимать основные закономерности восприятия человеком окружающего мира и его поведение на этой основе; проводить самоанализ и использовать знания в оценке себя, других людей, межличностного общения и взаимодействия.</p> <p>владеть понятийным аппаратом психологической науки, описывающей аспекты личности, индивидуальности человека, его характерологические и темпераментные особенности, эмоционально, волевою сферу личности, проблемы познания, мышления, обучения и межличностного взаимодействия; способами психологической оценки поведения и деятельности человека; методами психологического воздействия для повышения эффективности профессионального взаимодействия и совместной деятельности; приемами психической саморегуляции.</p>
Б1.Б.7	Культурология	<p>знать методы культурологических исследований; основные понятия культурологии; особенности становления и развития культуры; основные исторические типы культуры; многообразные сферы культурной деятельности общества; этапы и особенности развития мировой и отечественной культуры; место и роль российской культуры в мировом контексте.</p> <p>уметь применять для анализа теоретических проблем материал истории культуры; выделять типологические черты культур; обосновывать свою точку зрения в трактовке закономерностей развития и функционирования культуры; ориентироваться в системах ценностей различных культур, в процессе формирования культурного наследия, традиций, норм; адаптироваться к разным социокультурным реальностям; проявлять толерантность к национальным, культурным и религиозным отличиям; развить умение поиска и анализа информации, необходимой для принятия решения, и возможных путей их использования; уметь аналитически оценивать аксиологическую модель культуры, ориентироваться в динамике и иерархии ценностей.</p> <p>владеть навыками интерпретации социокультурных явлений в соответствии с многообразными системами ценностей; навыками межкультурного диалога; методами исследования культуры; навыками подбора и использования новой информации, в том числе научных и популярных статей, федеральных и местных законов с позиций человека, имеющего представление о предмете на уровне принятых в научной среде понятий и определений; способами моделирования пространства культуры, необходимыми для самоопределения в социальной или профессиональной группе; навыками работы с информацией и опыт публичных выступлений перед аудиторией;</p>

		образцами схем действия, ориентирами общечеловеческого и мировоззренческого характера, сформулированными в культурологическом знании, в соответствии с определенной картиной мира.
Б1.Б.8	Предпринимательство и проектная деятельность	<p>знать экономико-организационные аспекты функционирования коммерческих предприятий; законодательные и нормативные акты, положения, типовые методики разработки бизнес-планов; методы и технические приемы бизнес-планирования; теоретические основы современного бизнес-планирования; компьютерные программы по бизнес-планированию и уметь пользоваться ими.</p> <p>уметь выявить факторы и резервы, реализация которых позволит повысить эффективность коммерческой деятельности; творчески использовать полученные теоретические знания по бизнес-планированию в процессе последующего обучения в соответствии с учебными планами подготовки и самостоятельно применять их в практической разработке бизнес-планов; детализировать, систематизировать и моделировать показатели в бизнес-планировании; применять методы бизнес-планирования на практике</p> <p>владеть навыками экономических расчетов для разработки механизмов реализации выявленных факторов и резервов коммерческой деятельности специальной терминологией по бизнес-планированию; навыками самостоятельного овладения методами бизнес-планирования и применению этих знаний в практической разработке бизнес-планов.</p>
Б1.Б.9	Педагогика	<p>знать объект, задачи, источники, основные категории педагогики; методы педагогического исследования (теоретические и эмпирические); основы дидактики: понятийно-терминологический аппарат, закономерности и принципы обучения, методы, приемы и средства обучения; формы организации обучения, формы и виды контроля; основы теории воспитания: сущность и содержание воспитания, закономерности и принципы воспитания, методы воспитания; основы семейного воспитания: модели семьи, воспитание детей в семье, правовые основы семейного воспитания; характеристику и признаки коллектива, этапы создания детского коллектива; основы управления образовательными учреждениями: понятие педагогического менеджмента, принципы и этапы управленческой деятельности.</p> <p>уметь характеризовать образовательную систему России; классифицировать общие формы и методы организации учебной деятельности, а также методы воспитания; описывать основные проблемы семейного</p>

		<p>воспитания; выделять цели, содержание и принципы образовательного процесса; выступать в роли докладчиков и оппонентов при изучении педагогических проблем; ставить и предлагать пути решения актуальных педагогических проблем; демонстрировать навыки достигнутого уровня теоретической подготовки в области педагогики.</p> <p>владеть основами законодательства в области образования в РФ; основными педагогическими категориями; разнообразными методами педагогического исследования при написании курсовых и научных работ; методикой составления плана урока; теорией личностно ориентированного воспитания; теорией развития детского коллектива; методами воспитания в образовательных учреждениях и семье; педагогическими способностями, навыками педагогической деятельности, этикой педагогической работы; профессиональными педагогическими качествами (коммуникативными, организаторскими и др.).</p>
Б1.Б.10	Основы права	<p>знать причины возникновения государства и права; формы правления и формы государственного устройства государств; политические режимы; механизм государства; особенности становления современного Российского государства; Конституцию РФ; основы конституционного строя РФ; права и обязанности граждан РФ; права и обязанности государства РФ; взаимодействие прав и свобод гражданина и государства РФ; гарантия прав и свобод гражданина РФ; Гражданское право РФ; Административное право РФ; Трудовое право РФ; Экологическое право РФ; Семейное право РФ;</p> <p>уметь сравнивать государственное устройство РФ и других государств; отличать особенности Российского государства; определять тоталитарные, авторитарные и демократические режимы в мире; применять основные права и обязанности Конституции РФ на практике; применять в своей работе основные накопления гражданского права, административного, уголовного, экономического и семейного прав;</p> <p>владеть способностью применять Конституционные нормы в общественной жизни; ориентировкой в политических процессах общественной жизни при определении политической позиции во время выборных компаний; знаниями политических идеологий для занятия активной политической позиции; знаниями политических идеологий для толерантного поведения в обществе, нетерпимости к радикальным политическим и религиозным экстремистским учениям; элементарными знаниями в области</p>

		гражданского, административного, уголовного, экономического и семейного прав.
Б1.Б.11	Создание художественно-творческого продукта	<p>знать: теоретические основы разработки художественно-творческих продуктов, коммуникативные и экономические механизмы, технологию, регулирование деятельности по разработке и созданию художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; основы методологии и методики научных исследований в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; технологии проектирования, создания и продвижения художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</p> <p>уметь анализировать художественно-творческие продукты и услуги, целевые рынки и целевые аудитории и создавать уникальное торговое предложение различными средствами в сфере визуальных коммуникаций; на основе прикладного научного анализа выстраивать стратегию продвижения художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий; создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций;</p> <p>владеть теоретическими и прикладными основами научного анализа области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением деятельностью в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; функциями основных участников и составляющих процесса в области создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации процессами разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций; современным отечественным и зарубежным опытом в области разработки и создания художественно-творческих продуктов в сфере визуальных коммуникаций</p>
Б1.Б.12	История искусств	<p>знать основные закономерности исторического процесса развития искусства; основные особенности искусства Кубани; категории эстетики; эстетические особенности различных эпох; основные закономерности исторического развития философской мысли; особенности исторического развития мировосприятия и религиозной мысли; основы семиотического анализа.</p>

		<p>уметь критически переосмысливать накопленный опыт; гуманитарно, толерантно воспринимать культурные различия; использовать методы анализа, систематизации и обобщения информации.</p> <p>владеть исследовательскими и аналитическими способностями, системностью, способностью правильно использовать методы и техники анализа; основами эстетического восприятия; основными философскими и религиозными концепциями; способом семиотического анализа.</p>
Б1.Б.13	Логика и методология гуманитарных наук	<p>знать основные направления и школы, возникшие в истории развития гуманитарной мысли; фундаментальные проблемы современных дискуссий в области гуманитарных наук; основные проблемы в области гуманитаристики и межкультурной коммуникации; сущность, содержание и формы наиболее значимых культурных процессов, имеющих место в мире и в современной России; традиции отечественной гуманитаристики.</p> <p>уметь на должном методологическом уровне проводить эмпирические и теоретические исследования, выработанные в ходе развития научной мысли; практически применять методологические и теоретические знания в области избранной специальности и связанных с ней творческих подходов в решении профессиональных задач; критически переосмысливать накопленный интеллектуальный опыт человечества и применять его при необходимости в своей профессиональной деятельности; четко формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам гуманитарной науки;</p> <p>владеть знаниями последних достижений в области гуманитарных наук; когнитивными качествами: критичностью, идейностью, убежденностью, - коммуникативной, социально-психологической и духовной компетентностью; навыками восприятия и критического анализа научных текстов; приемами ведения дискуссии и полемики, аргументированного изложения своей позиции; способностью, обобщать наблюдаемые социально-культурные явления, выявляя их сущность и проблемное поле.</p>
Б1.Б.14	Интегрированные коммуникации	<p>знать теорию и методологию концепции интегрированных коммуникаций, базовые элементы интегрированных коммуникаций, типологию ИК-сообщений, инструменты интегрированных коммуникаций, методологию и методику научного анализа интегрированных коммуникаций</p> <p>уметь планировать интегрированные кампании в продвижении визуальных продуктов,</p>

		<p>исследовать целевые аудитории и разрабатывать стратегию коммуникативной политики организаций и компаний, анализировать ход выполнения и результаты интегрированных кампаний, коммуникативную и экономическую эффективность</p> <p>владеть навыками применения ИК-инструментов, построения интегрированных коммуникационных программ, методологией и методикой теоретического и прикладного анализа интегрированных коммуникаций и их инструментария.</p>
Б1.Б.15	Основы экономики и управления в профессиональной деятельности	<p>знать основы теоретической экономики, механизм функционирования рынка в условиях совершенной и несовершенной конкуренции, особенности ценообразования на ресурсных рынках; цели, методы и инструменты макроэкономической политики государства, содержание фискальной, денежно-кредитной, антиинфляционной и антициклической политики государства; основные формы международных экономических отношений и тенденции интеграционных процессов в мировой экономике;</p> <p>уметь аргументировано оценивать важнейшие положения и выводы основных экономических теорий и школ; анализировать различные стороны социально-экономической политики государства, ее влияния на микросреду предприятия (фирмы).</p> <p>владеть знаниями о закономерностях экономической деятельности основного производственного звена: предприятия (фирмы) в различных организационно-правовых формах; представлениями о направлениях экономической политики западных стран и России в современных условиях.</p>
Б1.Б.16	Информационные системы и технологии	<p>знать общую характеристику процессов сбора, передачи и накопления информации; технические и программные средства и реализацию информационных процессов; теорию информационных систем в предметной области;</p> <p>информационные технологии в информационных системах в предметной области; перспективы развития информационных технологий и информационных систем в предметной области, их взаимосвязь со смежными областями; информационные системы в смежных предметных областях;</p> <p>уметь использовать программные технические средства информационных систем в предметной области; использовать информационно-</p>

		поисковые средства локальных и глобальных вычислительных и информационных сетей; использовать информационных технологии и знания общей информационной ситуации информационных ресурсов предметной области; владеть методиками анализа предметной области; терминологией в области информационных систем и технологий; методикой декомпозиции информационных систем на подсистемы; практическими навыками использования информационных технологий в различных информационных системах.
Б1.Б.17	Физическая культура и спорт	знать основные методы использования средств физического воспитания для физического развития и укрепления здоровья. уметь обеспечить адекватный уровень физической подготовленности для полноценной профессиональной и социальной деятельности. владеть системой и методикой ведения активного образа жизни.
Б1.В	Вариативная часть	
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины	
Б1.В.ОД.1	Визуальная имиджелогия	знать принципы социального конструирования визуального имиджа; основные элементы визуального имиджа; классификацию типов визуального имиджа; основные теории визуализации; основные техники визуализации; основы методологии и методики анализа визуального имиджа; основные принципы коррекции визуального имиджа. уметь определять необходимый тип визуального имиджа в зависимости от целей и задач его построения; уметь выделять значимые второстепенные характеристики визуального имиджа; классифицировать типы визуального имиджа; находить и использовать соответствующие компьютерные программы по визуализации; анализировать визуальные составляющие имиджа. владеть различными классификациями визуального имиджа; моделями и техниками построения визуального имиджа; техниками коррекции визуального имиджа; методологией и научного анализа методикой визуального имиджа
Б1.В.ОД.2	Технологии визуальной рекламы	знать методологию и методику научного анализа визуальной рекламы как сложного комплекса взаимосвязанных креолизованных текстов; выразительный язык визуальных рекламных продуктов; методологию и методику анализа и разработки маркетинговой стратегии визуализации рекламируемых продуктов и услуг; методологию и методику социально-

		<p>демографического и психографического анализа целевых аудиторий в визуальной рекламе; правила создания концепции визуальной рекламы, цели и задачи, технологии создания современной рекламы; методологию и методику научного анализа коммуникативной и экономической эффективности визуальной рекламы; специфику художественного образа и компьютерного дизайна в рекламе, возможности применения цифровой фотографии в рекламе и методы научного исследования композиции и техники образного решения рекламных задач.</p> <p>уметь критически осмысливать современные тенденции визуальной рекламы в стране и в мире; анализировать и обобщать теоретические и прикладные подходы в отечественной и зарубежной практике визуальной рекламы; разрабатывать и применять креативные решения в области дизайна, композиции, цвета, графики и шрифтов визуальных продуктов на основании результатов изучения рекламируемых продуктов и услуг, каналов их продвижения, целевых рынков и целевых потребительских аудиторий; создавать визуальные рекламные продукты (плакат, упаковку, и т.п.) с использованием различных технических средств; применять основные методологии и методики научного анализа коммуникативной и экономической эффективности визуальной рекламы.</p> <p>владеть основами системного, институционального, структурно-функционального, политического, культурологического, визуально-социологического научного анализа; основами социологического и маркетингового научного анализа; методологией и методикой концептуализации и позиционирования продуктов визуальной рекламы; методологией и методикой применения технологий и научного анализа медиапланирования в визуальной рекламе; методологией и методикой определения коммуникативной и экономической эффективности визуальной рекламы.</p>
Б1.В.ОД.3	Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах	<p>знать структуру визуальной информации, законы информационного дизайна и технологические возможности его визуализации в социальных и политических проектах, методологию и методику научного исследования визуальных социальных и политических проектов;</p> <p>уметь выделять и анализировать формы оптимизации соотношения текстовой и изобразительной части в социальных и</p>

		политических рекламных и СО-коммуникациях; владеть методологией и методикой научного анализа визуализации идей, инфографики и представления результатов научного исследования
Б1.В.ОД.4	Визуальные исследования и консалтинг в визуальных коммуникациях	<p>знать основы зарубежных и российских исследовательских методологий и методик визуальной культуры; современные тенденции изучения визуальных культурных практик; историю становления оптически-экранных средств и структуру визуальных практик в современной культуре; специфику появления основных форм экранной культуры; основные принципы консалтинга в сфере визуальных коммуникаций; основы визуальной политики, реального функционирования механизма осуществления визуальных коммуникаций в местном сообществе и органах местного самоуправления, включая территориальных брендинг, современное городское искусство и другие объекты городского культурного пространства; основы визуальной политики, реального функционирования механизма осуществления визуальных коммуникаций в современной организации, включая формирование и поддержание имиджа организации в целом и ее сотрудников; социологические и управленческие методы изучения этой деятельности применительно к различным субъектам визуальных коммуникаций;</p> <p>уметь оперировать понятийно-категориальным аппаратом курса; самостоятельно провести анализ визуальных презентаций современных культурных ситуаций; соотносить ментальные характеристики конкретной культуры и преобладающих тенденций визуальных культурных презентаций; определить и раскрыть стилистику и семантический ряд в визуальном культурном продукте; использовать междисциплинарный подход при исследовании проблем визуальной культуры; описывать и анализировать различные коммуникативные и управленческие ситуации; выявлять и анализировать реальный механизм движения информации в различных системах визуальных коммуникаций; анализировать и корректировать основные компоненты и модели визуальных коммуникаций, визуальной идентичности и визуальной политики; применять корректирующие воздействия применительно к процессам визуальной коммуникации и их результатам;</p> <p>владеть навыками работы с визуальными источниками; навыками работы с источниковой и историографической базой курса; навыками моделирования и реконструкции формирования определенного типа визуальной информации. навыками самостоятельной работы с научной информацией, подготовки письменных научных работ; владеть навыками организации и проведения теоретических и прикладных исследований визуальных культурных феноменов; знаниями, протоколами и</p>

		технологиями по основам консалтинга; основами визуальной политики; методологией и методикой различных форм консалтинга в визуальных коммуникациях; основными технологиями проектирования и коррекции осуществления проектно-управленческих процессов в визуальных коммуникациях.
Б1.В.ОД.5	Креолизованные тексты в визуальных искусствах	<p>знать особенности методологии и методики научного анализа создания креолизованных текстов в визуальных рекламных продуктах, творческой стратегии торговой марки, выбора средств и эффективности рекламы, способов создания эффективной рекламной кампании.</p> <p>уметь исследовать процессы и результаты создания рекламных сообщений для различных целевых аудиторий с имплицитной и открытой рекламой</p> <p>владеть навыками научного исследования креолизованных рекламных сообщений, процессов создания рекламных продуктов для продвижения рекламируемых товаров и услуг, его выведения и распространения на различных целевых рынках для различных целевых аудиторий.</p>
Б1.В.ОД.6	Художественные музеи: история и технологии	<p>знать роль и место художественных музеев в системе сохранения, изучения и популяризации культурного наследия; историю художественных музеев; социальные функции художественных музеев и их эволюцию; ведущие художественные музеи зарубежных стран; национальные и региональные художественные музеи России; методологию и методику научного анализа музейной деятельности</p> <p>уметь определять культурно-историческую принадлежность и общечеловеческую ценность художественного музея, художественной коллекции; использовать приобретенные знания и умения в профессиональной деятельности и повседневной жизни; применять основные формы и методы включения музеев в систему современного туризма; анализировать культурно-просветительскую деятельность современных музеев</p> <p>владеть технологиями анализа музейной коммуникации; методами сравнительной оценки художественных музеев по разным параметрам; музейведческой терминологией в объеме программы; навыками поиска необходимой информации о тех или иных художественных; коллекциях и программах в сети Интернет.</p>
Б1.В.ОД.7	Современное визуальное проектирование в городской среде медиа-арт	<p>знать - возможности использования городской среды; содержание процессов проектной деятельности в области медиа-арт, творческие методы поиска и техники продвижения проектов; правила проведения арт-мероприятий и рекламной компании для реализации работ проекта; основы менеджмента, маркетинга и экономики в сфере визуальных искусств; порядок заключения и исполнения хозяйственных договоров; основы налогового и трудового законодательства в сфере визуальных</p>

		<p>искусств; специфику визуальных искусств, методы и приемы связей с общественностью в сфере культуры;</p> <p>уметь планировать и применять визуальные средства коммуникаций в городской среде; пользоваться различными творческими методиками, как в области проектирования творческой деятельности, так и в области технологий ее продвижения; уметь анализировать и синтезировать творческие идеи в арт-медийных проектах; составлять планы проведения арт-мероприятий и рекламных акций; вести деловые переговоры, разрабатывать элементы фирменного стиля, разрабатывать имиджевые мероприятия.</p> <p>владеть - основными подходами к творческому осуществлению проектирования визуальных проектов в городской среде; анализом и синтезом проектной ситуации в художественных практиках медиа-арта, приемами творческих методов для всех видов профессиональной деятельности; методами исследования; начальными навыками экспертной, консалтинговой, инновационной деятельности; навыками планирования, организации и проведения арт-мероприятий и рекламной компании для реализации работ проекта; навыками изучения конъюнктуры рынка и потребительских предпочтений, техникой проведения успешной презентации..</p>
Б1.В.ОД.8	Фотографика	<p>знать основы композиции фотографии; основные понятия о компоновки объектов фотографии; принципы анализа композиции фотографии; приемы подачи фотографического материала; методологию и методику научного анализа в фотографии</p> <p>уметь проводить фотосъемку с применением аналоговых и цифровых фотоаппаратов; использовать осветительное оборудование студийной и натурной съемках; использовать средства гармонизации общего композиционного решения в фотографии; последовательно выполнять творческую работу (от замысла до его воплощения в фотографии); проводить творческие фотосессии в области пейзажной, архитектурной и портретной фотосъемки; обрабатывать полученные фотоизображения в различных фоторедакторах; применять основы методологии и методики научных исследований в фотографии</p> <p>владеть самостоятельным выбором сюжета для фотосъемки; обработкой черно-белых и цветных фотоматериалов; компьютерной обработкой и записью фотоизображений; технологией фотосъемки, дающей возможность вести работу в области дизайна с использованием собственных фотоизображений; методологией и методикой научных исследований в сфере</p>

Б1.В.ОД.9	Социология и антропология фотографии	<p>фотографики.</p> <p>знать место, роль и функции фотографии в современном обществе.</p> <p>уметь понимать социальный мир с помощью объединения социальной теории и навыков работы с фотокамерой; определять явления и процессы окружающего социального мира с помощью социологического воображения; анализировать визуальную информацию, тиражируемой и воспроизводимой с помощью фотографии во всех сферах жизнедеятельности общества</p> <p>владеть методологией и методикой социологического анализа фотографии; принципами и методами анализа визуальной информации с помощью социологических методов исследования.</p>
Б1.В.ОД.10	Коммуникативистика и медиапланирование	<p>знать законы и категории коммуникативистики; историю возникновения и развития коммуникаций; основные определения и концепции функционирования социальных коммуникаций; отечественные и зарубежные теории коммуникации, специфику различных каналов массовой коммуникации; типы, виды, формы и модели коммуникации и их классификации; источники возникновения и развития межличностных, специализированных и массовых коммуникаций; функции массовых коммуникаций; способы трансляции информации в коммуникационном пространстве; коммуникационные барьеры и способы их преодоления; теоретические и прикладные аспекты организации общения как коммуникативного процесса; цели коммуникатора и коммуниканта; механизмы формирования и изменения коммуникативной роли; понятие коммуникативной сферы, ее особенности; характеристики коммуникативной личности; определение и содержание коммуникативной культуры; требования к качествам коммуникатора; роль личности в системе социальной коммуникации; содержание и средства речевой коммуникации; прагматическую функцию речевой коммуникации; виды социальных символов; семиотику языка: правила использования знаков и знаковых систем в вербальных и невербальных формах коммуникаций; механизм функционирования обратной связи коммуникатора с коммуникантом; особенности коммуникаций в визуальных искусствах; основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования; основные технологии медиапланирования; модели прогнозирования рейтинга.</p> <p>уметь обосновать выбор формы и виды вербальной и невербальной коммуникации; включать в коммуникационные системы механизм обратной связи; формировать и структурировать модели массовой коммуникации; различать типы, виды, формы и модели массовой коммуникации; формировать модели массовой коммуникации и организовывать их функционирование;</p>

		<p>определять функции массовой коммуникации в межличностной, специализированной и массовой коммуникации; практически осуществлять все стадии коммуникативного процесса; передавать и принимать информацию в процессе осуществления различных коммуникаций; выбирать оптимальный канал коммуникации, организовывать коммуникацию, поддерживать ее процесс, общаться в горизонтальных и вертикальных структурах; обосновать цели коммуникатора в различных моделях коммуникации; исполнять коммуникативную роль в практической деятельности; формировать модели коммуникативной личности и качества коммуникатора; различать используемые в коммуникации различные типы знаков и символов; правильно использовать в практике коммуникаций вербальные и невербальные символы и знаки и их сочетания; устанавливать обратную связь с контактными аудиториями; выявлять барьеры в вербальных и невербальных формах коммуникации; устранять коммуникативные барьеры в вербальных и невербальных формах коммуникации; снижать и устранять искажения и потерю информации в вербальных и невербальных видах коммуникаций; составить медиаплан и выполнить оценку его эффективности; оценивать отбор носителей рекламы; проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок); владеть методологией мышления; способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке коммуникативной цели и выбору путей ее достижения при минимизации рисков; основами теории коммуникации; умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную, письменную и визуальную речь; основными методами и положениями коммуникативистики при решении социальных и профессиональных задач; методологией решения социально значимых проблем; способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; сознавать опасности и угрозы в этом процессе; соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной и служебной тайны; способностью обсуждать профессиональные проблемы; способностью отстаивать свою точку зрения; способностью объяснять сущность явлений, событий и процессов в коммуникативной деятельности, делать обоснованные выводы и давать аргументированные ответы на возникающие вопросы; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования; представлениями о сущности и структуре основных документов медиапланирования; приемами и принципами составления</p>
--	--	--

		медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах.
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору	
	Элективные курсы по физической культуре и спорту	знать основные методы использования средств физического воспитания для физического развития и укрепления здоровья. уметь обеспечить адекватный уровень физической подготовленности для полноценной профессиональной и социальной деятельности. владеть системой и методикой ведения активного образа жизни.
Б1.В.ДВ.1		
1	Информационные технологии в визуальных коммуникациях	знать методы и принципы работы с информацией и исследование информационных систем: поиск, анализ, структурирование, подача; средства и формы эффективного визуального представления информации; - основы макетирования; основы создания анимированных фильмов с элементами интерактивности в программе Adobe Flash; техники монтажа цифрового звука и видео; методологию и методику изучения современной информационной среды; уметь работать с информацией; эффективно использовать средства визуального представления информации; создавать анимационные и интерактивные фильмы; осуществлять монтаж видео и звука; анализировать современную информационную среду; владеть макетированием и подготовкой к печати в программе Adobe InDesign; технологией создания анимационных и интерактивных фильмов Adobe Flash; технологией монтажа видео и звука Adobe Premier; методологией и методикой анализа информационной среды
2	Информационные технологии в визуальных социальных проектах	знать принципы применения современных информационных технологий в науке и предметной деятельности, основы численных методов, элементы теории математической статистики; уметь самостоятельно работать со специализированными компьютерными приложениями, начиная от постановки задачи до решения и грамотной интерпретации результатов; работать в локальной сети с устройствами сетевого окружения; использовать для визуальных коммуникаций цели электронной почты (в том числе присоединять файлы различных форматов); настроить компьютер для работы в Интернет (знать основы организации Интернет и смысл IP – и URL адресов), знать и при необходимости уметь изменять настройки браузеров; работать с поисковыми серверами и информационными порталами; ориентироваться в технологиях и стандартах баннерной рекламы, в работе сетевых рекламных агентств и сетей баннерного обмена. владеть специализированными приложениями на рабочем месте клиента в локальной сети; программами для статистической обработки

		результатов исследований и прогнозирования реакции аудитории (как, например, SPSS), а также находить и использовать информацию в глобальной сети Интернет.
Б1.В.ДВ.2		
1	Выставочное и галерейное дело	<p>знать понятийный аппарат выставочной деятельности и галерейного дела, художественных и музейных выставок; классификацию выставочно-презентационной деятельности; особенности современного выставочного и галерейного дела; роль, место художественной и музейной выставки в современной культуре; специфику отдельных видов выставочных проектов, типологию экспозиций, функциональные особенности различных выставок, экономические аспекты выставочной деятельности и галерейного дела; основные технологии и методы выставочной деятельности и практику их использования в выставочной и галерейной деятельности, художественных и музейных выставках; основы методологии и методики исследования выставочной и галерейной деятельности; уметь ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной и галерейной деятельности; ориентироваться в специальной отраслевой литературе, уметь ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной и галерейной деятельности; ориентироваться в специальной отраслевой литературе, уметь работать с Интернет-источниками по данному профилю; сформировать концепцию выставки, цели, задачи выставочного проекта; планировать и организовывать выставочную деятельность разных профилей; применять освоенное знание по технологии выставочной деятельности в современной социокультурной ситуации; использовать полученное знание о технологии выставочной деятельности в совокупности со знаниями о социально-культурной деятельности, PR и рекламе, менеджменте, маркетинге, социокультурном проектировании, музееведении, истории искусства в научных исследованиях в сфере искусств и гуманитарных наук.</p> <p>владеть знаниями о художественных средствах оформления выставки; представлением о тенденциях выставочной деятельности на современном этапе и актуальных технологиях выставочной деятельности; пониманием системных взаимосвязей внутри современного художественного процесса и его связь с тенденциями развития современной культуры; самостоятельностью мышления в процессе разработки плана-графика выставочного проекта, продвижения выставочного проекта, программы работы выставки; умением подготовить сопровождающие текстовые материалы к выставке; готовностью к работе в междисциплинарной команде;</p>
2	Менеджмент выставочной	знать понятийный аппарат выставочной деятельности, художественных и музейных

	деятельности	<p>выставок; классификацию выставочно-презентационной деятельности; особенности современного выставочного дела; роль, место художественной и музейной выставки в современной визуальной культуре; специфику отдельных видов выставочных проектов, типологию экспозиций, функциональные особенности различных выставок, экономические аспекты выставочной деятельности; основные технологии и методы выставочной деятельности и практику их использования в выставочной и деятельности, художественных и музейных выставках.</p> <p>уметь ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; ориентироваться в специальной отраслевой литературе, уметь работать с Интернет-источниками по данному профилю; сформировать концепцию выставки, цели, задачи выставочного проекта; планировать и организовывать выставочную деятельность разных профилей; применять освоенное знание по технологии выставочной деятельности в современной социокультурной ситуации; использовать полученное знание о технологии выставочной деятельности в совокупности со знаниями о социально-культурной деятельности, PR и рекламе, менеджменте, маркетинге, социокультурном проектировании, музееведении, истории искусства.</p> <p>владеть знаниями о визуальных средствах оформления выставки; представлением о тенденциях выставочной деятельности на современном этапе и актуальных технологиях выставочной деятельности; пониманием системных взаимосвязей внутри современного выставочного процесса и его связь с тенденциями развития современной культуры; самостоятельностью мышления в процессе разработки плана-графика выставочного проекта, продвижения выставочного проекта, программы работы выставки; умением подготовить сопровождающие текстовые материалы к выставке; - готовностью к работе в междисциплинарной команде</p>
Б1.В.ДВ.3		
1	Визуальная реклама	<p>знать теоретические основы визуальной рекламы, ее историю и перспективы, коммуникативные и экономические механизмы, технологию, регулирование рекламной деятельности в области визуальной рекламы; основы методологии и методики научных исследований в сфере визуальной рекламы; технологии проектирования, создания и размещения визуальных рекламных продуктов; методологию и методику расчета выбора целевых аудиторий и экономической и коммуникативной эффективности рекламных кампаний в области визуальной рекламы;</p> <p>уметь анализировать рекламируемые товары и услуги, целевые рынки и целевые аудитории и создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, паблик</p>

		<p>риллейшнз, личными продажами; на основе прикладного научного анализа выстраивать рекламную стратегию с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий; создавать, модернизировать бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять имидж предприятия на основе объективных научных данных; создавать научную основу для оптимизации расходов как при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий, так и в прямом маркетинге; создавать на основе проведенного научного анализа целевых аудиторий и рекламируемых товаров и услуг креативные рекламные продукты в области визуальной рекламы;</p> <p>владеть теоретическими и прикладными основами научного анализа визуальной рекламы; анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью в области визуальной рекламы, достижением высокой результативности рекламных кампаний; функциями основных участников и составляющих рекламного процесса в области визуальной рекламы; теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации и реализации рекламных кампаний в области визуальной рекламы; современным отечественным и зарубежным опытом в области визуальной рекламы.</p>
2	Теория и практика визуальной социальной рекламы	<p>знать теоретические основы рекламного дела, его историю и перспективы, экономические механизмы, технологию, регулирование рекламной деятельности.</p> <p>уметь создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, паблик рилейшнз, личными продажами в социальной сфере; выстраивать социальную рекламную стратегию с учетом современных достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий; создавать, модернизировать социальный бренд, осуществлять ребрендинг, формировать и укреплять социальный имидж предприятия; оптимизировать расходы как при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий, так и в прямом маркетинге;</p> <p>владеть теоретическими основами рекламного дела как научной и учебной дисциплины; анализом стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением социальной рекламной деятельностью, достижением высокой результативности социальных рекламных кампаний; функциями основных участников и составляющих рекламного процесса; последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации и реализации социальных рекламных кампаний; современным отечественным и зарубежным опытом в сфере социальной рекламы.</p>

Б1.В.ДВ.4		
1	Брендинг и проектирование потребительской культуры	<p>знать принципы анализа марочного и брендового капитала товаров и услуг на конкурентных рынках; систему подготовки, проектирования и продвижения бренда; методологию и методику принятия стратегических решений в сфере управления брендами; особенности управления отечественными брендами и методы их продвижения в современных социально-экономических условиях; основные теоретические подходы к рассмотрению общества потребления, знать типы потребительского поведения, структуру потребления; оценивать качество (валидность и надежность) информации по проблемам изучения потребления;</p> <p>уметь анализировать конкурентную ситуацию на рынках брендированных, марочных и немарочных товаров; формулировать и поддерживать рекламоспособность брендов; использовать протокол создания и продвижения бренда; применять компетенции и навыки стратегического управления брендами на конкурентных рынках; участвовать в проектных формах работы по вопросам изучения и проектирования культуры потребления, реализовывать самостоятельные аналитические проекты; представлять результаты исследовательской и аналитической работы перед профессиональной и массовой</p> <p>владеть анализом брендового и марочного капиталов; знаниями, протоколами и технологиями создания и продвижения брендов; основами визуальной политики; методологией и методикой различных форм консалтинга в визуальных коммуникациях; основными технологиями проектирования и коррекции осуществления проектно-управленческих процессов в области брендинга в визуальных коммуникациях.</p>
2	Социальный брендинг	<p>знать особенности и значение социальных брендов в политической и экономической жизни общества; особенности продвижения социальных брендов, основные инструменты социального брендинга.</p> <p>уметь использовать в профессиональной деятельности технологии бренд-менеджмента, проводить маркетинговые исследования с целью анализа целевых аудиторий и позиционирования бренда, выявлять сильные и слабые стороны, проводить комплексное изучение ожиданий, представлений, ценностей целевых аудиторий.</p> <p>владеть основными маркетинговыми стратегиями территориального бренда, методами и технологиями бренд-лидерства.</p>
Б1.В.ДВ.5		
1	Деловые коммуникации	<p>знать основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций.</p> <p>уметь организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации; уметь применять на практике рациональные стратегии и тактики ведения переговоров; ориентироваться в</p>

		<p>протокольных требованиях деловой коммуникации.</p> <p>владеть навыками деловых коммуникаций; владеть обязательным минимумом знаний в области теории общения, этики и психологии делового общения; навыками и средствами продуктивного общения в деловой сфере.</p>
2	Деловое администрирование	<p>знать сущность, содержание и принципы административно-управленческой деятельности; современные концепции и стили руководства в организациях; особенности управления функциональными подсистемами рекламной организации или рекламной службы (отдела); основные функции и задачи служб управления персоналом; базовые положения психологии административно-управленческой деятельности, организационного поведения и конфликтологии, которые необходимы для дальнейшего изучения специальных дисциплин.</p> <p>уметь классифицировать организации и в соответствии с этим выбирать схемы административно-управленческой деятельности; создавать творческие и плановые команды, организовывать их работу и работать в них; выбирать схему поведения организации во внешней среде и управлять её внутренней средой; распознавать кризисные и конфликтные ситуации и избирать методы их устранения; строить самостоятельный и творческий подход при анализе и оценке конкретных практических ситуаций в рекламной деятельности.</p> <p>владеть способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.</p>
Б1.В.ДВ.6		
1	Основы дизайна в визуальных искусствах	<p>знать механизмы психологического восприятия дизайнерских визуальных разработок; возможности выразительных свойств дизайна визуальных арт-объектов; методы проектирования визуальных объектов;</p> <p>уметь использовать художественные средства композиции, цветоведения, шрифтовой графики, 3D моделирования для использования в дизайне визуальных объектов.</p> <p>владеть навыками работы в графических редакторах.</p>
2	Основы графики и цветоведения и композиции	<p>знать основные манипулятивные техники в современных визуальных коммуникациях; механизмы психологического восприятия креолизованного текста; виды изобразительных знаков, их роль в историческом происхождении логотипов; возможности и функциональность графических элементов и шрифтов и их выразительные свойства; методы проектирования товарных знаков;</p> <p>уметь анализировать возможности цветового воздействия и применять их в практической рекламной деятельности; критически осмысливать визуальные и композиции; применять знания в области истории культуры для целей визуальной рекламы; использовать знания в области копирайтинга; применять знание современных компьютерных программ поиска и анализа</p>

		<p>необходимой информации, обработки визуальных изображений; разрабатывать и применять креативные решения в области дизайна, композиции, цвета, графики и шрифтов визуальных объектов рекламы; анализировать графические рекламные композиции, понимать, что привлекает и удерживает внимание целевой аудитории; грамотно применять шрифты в современных технологиях изготовления визуальной рекламы.</p> <p>владеть практическими навыками работы с различными цветовыми композициями; и методологией и методикой определения с эффективности визуальной рекламы; навыками работы в графических редакторах тические закономерности, влияние цветов и их сочетаний на восприятие целевой аудитории; основные закономерности построения композиций; возможности композиции; основные средства композиции; специфику визуальной культуры в визуальных.</p>
Б1.В.ДВ.7		
1	<p>Менеджмент и маркетинг в визуальных коммуникациях</p>	<p>знать особенности рекламы как сферы предпринимательской деятельности; принципиальную схему управления коммуникационным агентством; основы стратегического и оперативного планирования коммуникационных кампаний в сфере визуальных коммуникаций; функциональные и организационно-управленческие особенности коммуникационных кампаний различных видов в сфере визуальных коммуникаций; принципы выбора каналов визуальной коммуникации; методологию и методику определения бюджета коммуникационной деятельности в сфере визуальных коммуникаций; особенности контроля в сфере визуальной коммуникационной деятельности; методологию и методику оценки эффективности коммуникационных кампаний в сфере визуальных коммуникаций; основы анализа конкурентных рынков коммуникационных визуальных услуг; основы позиционирования коммуникационных визуальных услуг на конкурентных рынках; основы продвижения коммуникационных визуальных услуг на конкурентных рынках</p> <p>уметь разработать и обосновать организационную структуру коммуникационных агентств или рекламных подразделений в организациях социальной сферы; разработать и внедрить положения о функциональных обязанностях сотрудников коммуникационных агентств или рекламных подразделений социальной сферы; разрабатывать стратегические и оперативные планы деятельности коммуникационных</p>

		<p>агентств или рекламных подразделений для социальной сферы; осуществлять рациональный выбор стратегии и тактики коммуникационных кампаний в сфере визуальных коммуникаций; проводить социологические исследования рынков товаров и услуг; осуществлять анализ первичных и вторичных социологических данных; осуществлять SWOT – анализ и позиционирование коммуникационных агентств на рынках коммуникационных услуг в сфере социальных визуальных коммуникаций; рассчитывать эффективность социальных коммуникационных кампаний в сфере визуальных коммуникаций;</p> <p>владеть методологией и методикой разработки организационной структуры коммуникационных агентств или рекламных подразделений в сфере визуальных коммуникаций и определения функциональных обязанностей их сотрудников для социальной сферы; методологией и методикой разработки стратегических и оперативных планов деятельности коммуникационных агентств или рекламных подразделений для социальной сферы; методологией и методикой разработки стратегии и тактики коммуникационных кампаний в сфере социальных визуальных коммуникаций; методологией разработки и проведения социологических исследований социальных услуг; методологией и методиками анализа первичных и вторичных социологических данных; методологией и методиками позиционирования рекламных агентств на рынках социальных визуальных коммуникационных услуг; методологией и методикой расчета эффективности социальных визуальных коммуникационных кампаний.</p>
2	<p>Менеджмент и маркетинг в социальных визуальных коммуникациях</p>	<p>Знать особенности рекламы как сферы предпринимательской деятельности; принципиальную схему управления социальными визуальными коммуникациями; основы стратегического и оперативного планирования коммуникационных кампаний в социальной сфере; функциональные и организационно-управленческие особенности коммуникационных кампаний различных видов в социальной сфере; принципы выбора каналов визуальной коммуникации для социальной сферы; методологию и методику определения бюджета коммуникационной деятельности в сфере визуальных коммуникаций; особенности контроля в сфере визуальной коммуникационной деятельности; методологию и методику оценки эффективности</p>

		<p>коммуникационных кампаний в социальной сфере; основы анализа конкурентных рынков социальных коммуникационных визуальных услуг; основы позиционирования социальных коммуникационных визуальных услуг на конкурентных рынках; основы продвижения социальных коммуникационных визуальных услуг на конкурентных рынках;</p> <p>уметь: разработать и обосновать организационную структуру коммуникационных агентств или рекламных подразделений в организациях социальной сферы; разработать и внедрить положения о функциональных обязанностях сотрудников коммуникационных агентств или рекламных подразделений социальной сферы; разрабатывать стратегические и оперативные планы деятельности коммуникационных агентств или рекламных подразделений для социальной сферы; осуществлять рациональный выбор стратегии и тактики коммуникационных кампаний в сфере визуальных коммуникаций; проводить социологические исследования рынков товаров и услуг; осуществлять анализ первичных и вторичных социологических данных; осуществлять SWOT-анализ и позиционирование коммуникационных агентств на рынках коммуникационных услуг в сфере социальных визуальных коммуникаций; рассчитывать эффективность социальных коммуникационных кампаний в сфере визуальных коммуникаций;</p> <p>владеть методологией и методикой разработки организационной структуры коммуникационных агентств или рекламных подразделений в сфере визуальных коммуникаций и определения функциональных обязанностей их сотрудников для социальной сферы; методологией и методикой разработки стратегических и оперативных планов деятельности коммуникационных агентств или рекламных подразделений для социальной сферы; методологией и методикой разработки стратегии и тактики коммуникационных кампаний в сфере социальных визуальных коммуникаций; методологией разработки и проведения социологических исследований социальных услуг; методологией и методиками анализа первичных и вторичных социологических данных; методологией и методиками позиционирования рекламных агентств на рынках социальных визуальных коммуникационных услуг; методологией и методикой расчета эффективности социальных</p>
--	--	--

		визуальных коммуникационных кампаний.
Б2	Практики	
Б2.У	Учебная практика	
Б2.У.1	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные формы и виды профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки; - основы профессиональной этики работы в коллективе в сфере профиля подготовки; - основы научного сопровождения профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике полученные навыки, знания и умения в области профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки; - использовать основы эвристики в процессе поиска необходимой для профессиональной деятельности информации; - обеспечивать научное сопровождение изучаемым видам профессиональной деятельности; - осуществить документирование основных видов профессиональной деятельности в процессе прохождения учебной практики в соответствии с профилем подготовки и заполнить дневник учебной практики в соответствии с требованиями задания на прохождение практики; - подготовить репрезентативный документальный отчет о прохождении практики. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными положениями и методами социальных и гуманитарных наук при решении профессиональных задач; - основными знаниями, умениями и навыками профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки; - умениями и навыками в подготовке, проведении и оформлении результатов научного сопровождения практики в сфере профиля подготовки; - основными нормами профессиональной культуры и этики работы в коллективе. -
Б2.П	Производственная практика	
Б2.П.1	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы методологии и основные методы социальных и гуманитарных наук при решении исследовательских задач в сфере профиля подготовки; - методы и технологии решения стандартных профессиональных задач с использованием информационных технологий и учетом требований информационной безопасности; - основы методологии и методики проведения научно-исследовательских работ и использования их результатов в научной и практической

		<p>профессиональной деятельности в сфере профиля подготовки;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления и области деятельности организаций и предприятий различных форм собственности в сфере профиля подготовки; - основные принципы и методы управления производственно-творческими коллективами в сфере профиля подготовки; - основные принципы и методы создания и реализации творческих проектов в сфере профиля подготовки. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов в сфере профиля подготовки; - использовать основы методологии и методики научно-исследовательской работы и грамотного оформления и презентации материалов и результатов исследования научно-теоретического или научно-прикладного исследования для обеспечения решения стандартных профессиональных задач и при анализе теоретических и прикладных вопросов в сфере профиля подготовки; - использовать основные формы профессиональной деятельности в организациях и предприятиях различных форм собственности в сфере профиля подготовки; - создавать и реализовать творческие проекты в сфере профиля подготовки. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными положениями и методами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов в сфере профиля подготовки; - основными видами стандартной профессиональной деятельности в организациях и предприятиях различных форм собственности в сфере профиля подготовки; - основами методологии и методики проведения научно-исследовательской деятельности для обеспечения научной поддержки стандартной профессиональной деятельности и написания научно-аналитических работ по прикладным проблемам в сфере профессиональной подготовки; - основами методологии и методики разработки и реализации творческих проектов в сфере визуальных коммуникаций.
--	--	---

Б2.П.2	Научно-исследовательская работа	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы научно-исследовательской работы; - основы научной эвристики; - основные виды научно-исследовательских работ; - основы методологии и методики научно-исследовательской работы; - основные виды научного аннотирования и реферирования научной и специальной литературы; - технологии подготовки текстов научных аннотаций и рефератов; - технологии подготовки презентаций результатов проделанной работы. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук; - подготавливать научные обзоры, аннотации, составлять рефераты и библиографии по тематике проводимых научных исследований, использовать приемы библиографического описания; - выступать с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"), представляющими материалы собственных научных исследований. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией и методикой научной эвристики; - методологией и методикой научных исследований; - методологией и методикой реферирования и аннотирования научной литературы и научного анализа в форме научных рефератов по избранной проблематике; - методологией и методикой подготовки и библиографического оформления научных/реферативных текстов; - методикой подготовки устных выступлений и визуальных презентаций научных рефератов.
Б2.П3.	Преддипломная практика	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов; - основы методологии и методики подготовки и написания научных работ в области научно-теоретических или научно-прикладных исследований в сфере рекламы и визуальных коммуникаций в гуманитарных науках и искусстве. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов; - использовать основы методологии и методики научно-исследовательской работы, написания научного текста ВКР и грамотного оформления и презентации материалов и результатов исследования в инфографике; <p>Владеть:</p>

		<p>- основными положениями и методами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализа социально-значимых проблем и процессов;</p> <p>- основами методологии и методики подготовки и написания научных работ в области рекламы и визуальных коммуникаций в гуманитарных науках и искусстве.</p>
Б3	Государственная итоговая аттестация	<p>Знать:</p> <p>- методы постановки и решения профессиональных задач в области научно-исследовательских и прикладных разработок, обоснование актуальности решаемой научной или прикладной проблемы в соответствии с полученной общепрофессиональной подготовкой и профилизацией;</p> <p>Уметь:</p> <p>- обосновать актуальность выбранной темы ВКР; осуществлять поиск источников и научной литературы для решения конкретных научных и прикладных задач;</p> <p>- проследить и проанализировать историю изучения проблемы;</p> <p>- систематизировать, исследовать и интерпретировать научную и иную информацию;</p> <p>- подготавливать реализуемые и эффективные предложения по повышению эффективности деятельности в сфере визуальных коммуникаций, творческие проекты в области визуальных коммуникаций;</p> <p>- представлять и защищать результаты исследования или творческого коммуникационного проекта в сфере визуальных коммуникаций на заседании Государственной аттестационной комиссии.</p> <p>Владеть:</p> <p><i>в области научно-исследовательской деятельности:</i></p> <p>- способностью применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности в сфере визуальных коммуникаций;</p> <p>- способностью проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик проводить комплексные исследования товарных рынков и осуществлять отбор целевых рынков; • планировать производство и сбыт; • формировать рыночные потребности покупателей; • проектировать структуру службы маркетинга; • проектировать систему маркетинговой информации на предприятии; • определить цели и задачи маркетингового исследования; • разработать программы и план проведения исследования; • выбрать методы для проведения исследования; • определить генеральную и выборочную совокупности; • провести исследование; • обосновать стратегию развития организации; • проводить STEP-анализ, PEST-анализ, SWOT-анализ, QUEST-анализ; • выполнять сегментацию рынка и выбрать эффективную стратегию охвата рынка; • разрабатывать стратегию позиционирования; • разработать товарную стратегию организации; • разработать ценовую</p>

		<p>стратегию организации; • выбрать эффективные для данной организации каналы сбыта товара; • выбрать эффективные для данной туристской организации методы продвижения товара; • разработать коммуникативную стратегию. • разработать информационное сообщение для средств массовой информации о деятельности фирмы и ее продукции или услугах; • выбрать средство и канал распространения рекламы в области визуальных коммуникаций;</p> <p>- навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографий по тематике проводимых научных исследований, приемами библиографического описания, знанием основных библиографических источников и поисковых систем;</p> <p>- навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") представления материалов собственных научных исследований;</p> <p><i>в области организационно-управленческой деятельности:</i></p> <p>- способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности;</p> <p><i>в области проектной деятельности:</i></p> <p>- способностью разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в визуальных коммуникациях.</p>
--	--	---

1.4. Общая характеристика образовательной программы

1.4.1. Квалификация, присваиваемая выпускникам.

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

1.4.2. Область профессиональной деятельности выпускника

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

1.4.3. Объекты профессиональной деятельности выпускника

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

1.4.4. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники

-образовательно-педагогическая;

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

1.4.5. Направленность образовательной программы.

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

1.4.6. Планируемые результаты освоения образовательной программы

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

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

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

Уметь: использовать в профессиональной деятельности знание иностранного языка, а также базовые представления о философском, историческом и культурном контекстах развития гуманитарной науки; использовать знание компьютерных и информационных технологий и

критериев научности в профессиональной деятельности, профессиональной коммуникации и межличностном общении; сопоставлять и анализировать различные понятия, а также социально-научные и культурные картины мира, излагать результаты анализа в письменной и устной формах;

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- продуктивно использовать национальное и мировое культурное наследие в своей профессиональной деятельности;
- использовать основные философские, исторические и культурологические категории в своей деятельности;
- кооперироваться с коллегами, работать в коллективе, осуществлять деловое общение;
- организовывать и проводить публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- анализировать и оценивать исторические события и процессы;
- критически оценивать личные достоинства и недостатки;
- анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- проектировать и реализовывать творческие проекты в сфере визуальных коммуникаций;
- подготавливать и осуществлять экспозиционную деятельность визуальных объектов в музеях, галереях и на выставках;
- формировать визуальную среду города.

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

основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

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

1.4.7. Объем, структура и срок освоения образовательной программы

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

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	219
	Базовая часть	95
	Вариативная часть	124
Блок 2	Практики	12
	Вариативная часть	12

Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
	Базовая часть	9
Объем программы бакалавриата		240

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

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

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

1.4.8. Сведения о профессорско-преподавательском составе

Образовательный процесс в институте ведут научно-педагогические работники с квалификацией, соответствующей квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих.

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

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

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих ОПОП, более 70 процентов.

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

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

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

2.1. Учебный план (Приложение № 1)

- 2.2. Календарный учебный график (Приложение № 2)
- 2.3. Рабочие программы дисциплин (Приложение № 3)
- 2.4. Программы практик (Приложение № 4,5,6,7)

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

3.1. Нормативно-правовые основы системы оценки качества освоения ОПОП

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

- положением об учебно-методической деятельности по программам высшего образования;
- положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры;
- стратегией по обеспечению качества подготовки выпускников;
- документами факультетов и кафедр.

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

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

Оценочные средства сформированы с участием представителей работодателей.

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

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

Промежуточная аттестация осуществляется в виде зачетов и экзаменов.

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

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

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

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

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

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

При выполнении выпускной квалификационной работы студент должен:

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

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

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

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

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

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

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

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

Реализация ОПОП обеспечивается доступом к электронной библиотечной системе всех обучающихся, в том числе одновременно из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. Осуществляется оперативный обмен информацией с организациями сферы технологий управления.

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

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной и дополнительной учебной и научной литературы по дисциплинам.

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

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Здания и сооружения института соответствуют противопожарным правилам и нормам.

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

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

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, в том числе служащими для

представления учебной информации большой аудитории (на 180 и 450 мест).

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

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

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

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

Определены помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6. МЕТОДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Для сопровождения образовательного процесса по ОПОП разработаны:

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

Разработчики

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

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

Рецензенты:

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

Саркисов В.А. - кандидат культурологи, директор Краснодарского художественного музея имени Коваленко