


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

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

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова
Протокол № 1 от 26 августа 2016 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1. В. ОД. 7 СОВРЕМЕННОЕ ВИЗУАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ
В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ И МЕДИА-АРТ**

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Визуальных коммуникаций


Квалификация выпускника – академический бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

Кандидат культурологии,

доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы

 Л.В. Терещенко

Краснодар
2016

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: развитие творческого мышления и приобретения навыков владения различными графическими выразительными средствами, развитие образно-логического и креативного мышления, освоение навыков точной, убедительной передачи своих идей в различных типах художественной продукции, раскрыть перед студентами возможность рассматривать современную городскую среду в качестве пространства для воплощения творческих визуальных проектов

Задачи:

1. ознакомить студентов с применением визуальных практик;
2. ознакомить студентов с социальной значимостью проводимых визуальных практик;
3. Научить творчески относиться к использованию уличного пространства;
4. Освоение творческих методик проектной деятельности, продвижение проектной деятельности, изучение художественных практик медиа-арта и форм его продвижения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Современное визуальное проектирование в городской среде и медиа-арт» относится к обязательным дисциплинам вариативной части. Данная дисциплина опирается на знания, умения и навыки, приобретенные обучающимися в ходе изучения таких дисциплин, как: «Визуальная имиджелогия», «Информационные технологии в визуальных коммуникациях», «Визуальная реклама» и др.; а также является предшествующей для освоения таких дисциплин, как: «Брендинг и проектирование потребительской культуры», «Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах», «Визуальные исследования и консалтинг в визуальных коммуникациях».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общефессиональных (ОПК): способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1); способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2); способность использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и

профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

а) профессиональных (ПК) способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7); способность работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8); способность 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).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

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 искусств;
- специфику визуальных искусств, методы и приемы связей с общественностью в сфере культуры.

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.

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.

Приобрести опыт деятельности: организации городского визуального пространства для проведения уличных мероприятий; использования технологий и ресурсов рекламы в визуальных практиках в городском пространстве; использования современных визуальных коммуникационных технологий для продвижения разновидностей художественных практик медиа-артв городском пространстве; управления арт-проектами в сфере визуальных коммуникаций.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц (288 часов). в 6-7 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 6 семестре, экзамен в 7 семестре.