

Направление 51.03.01 Культурология

О направлении:

- Образовательная программа учит постигать, анализировать и понимать современные культурные процессы и тенденции.
- В программу включены фундаментальные гуманитарные предметы и дисциплины – от истории, теории и социологии культуры до практик повседневности и основ научно-исследовательской работы.
- С первого курса студенты осваивают исследовательские методы и техники работы с фактами культуры, а также имеют возможность практической реализации в учебно-исследовательских проектах.
- Студенты имеют возможность изучать культурную среду за пределами института в музеях, библиотеках, галереях

Особенности программы

Важным аспектом образовательной программы является практическая деятельность студентов. Бакалавры участвуют в студенческих культурных проектах (клубы для интересующихся кино, театром, музеями и выставками, музыкой, фотографией, путешествиями, социальный проект по работе с воспитанниками детских домов, клуб встреч с деятелями культуры и обсуждений актуальных культурных событий). Студенты проходят практику в государственных и коммерческих учреждениях культуры: Государственный русский музей, Институт восточных рукописей РАН, АРТ Центр «Пушкинская 10», Музей-институт семьи Рерихов, Отделе по осуществлению полномочий ЛО в сфере объектов культурного наследия департамента государственной охраны, сохранения и использования объектов культурного наследия Комитета по культуре ЛО и др.

У кого вы будете учиться?

На кафедре «Теории и истории культуры» работают крупные ученые, известные своими исследованиями в области теории и истории культуры. Также к процессу преподавания привлекаются специалисты-практики из различных сфер культурной деятельности.

Профиль «Межкультурная коммуникация»

Очная форма обучения

- Сбалансированная комплексная программа по изучению культуры стран Востока (Китай и Япония) с углубленным изучением китайского и японского языков.
- Студенты получают углубленные знания в сфере мировой культуры, культурологии, истории религий.
- Большое внимание уделяется научно-исследовательской и языковой практике. Изучение языка включает: устный и письменный перевод, чтение, реферирование, язык СМИ, доклад на восточном языке и др.

В чем преимущества образовательной программы «Межкультурные коммуникации»?

- Студенты-бакалавры слушают лекции зарубежных профессоров, регулярно проходят краткосрочное (летние школы и стажировки) и долгосрочное обучение (в течение года) на базе ведущих азиатских университетов, что заметно повышает их уровень знаний и конкурентоспособность на рынке труда.
- **Университеты-партнеры:**
Университет Иватэ (г. Мориока) и Университет Дзэти (г. Токио)

Сферы будущей работы:

- Государственные и коммерческие учреждения культуры: музеи, галереи, театры, издательства, клубы, книжные магазины, фестивальные и другие культурные проекты, а также органы государственного управления культурой
- Учебные заведения среднего, среднего специального (школы, лицеи, колледжи, гимназии).
- российские и международные компании, деятельность которых связана с Китаем и Японией;
- НИИ, экспертные и аналитические центры, занимающиеся исследованием стран Востока.

Профиль «Социология культуры»

Очная форма обучения

Социология – как отрасль науки и сфера практической деятельности, очень востребована в современном обществе для выявления и решения наиболее актуальных проблем в различных сферах: экономике, политике, культуре, образовании и т.д. В социологах нуждаются такие сферы как: государственное и муниципальное управление для диагностики и анализа состояния социо-культурной жизни региона и ценностных ориентаций населения; бизнес для анализа маркетинговых предпочтений населения; учреждения культуры для разработки мероприятий, ориентированных на потребителя.

В последнее время социологические исследования активно применяются в сфере культуры – для изучения социальных процессов, социокультурных программ и проектов. Владение методами социологических исследований и аналитическими навыками, приобретаемыми в процессе обучения по профилю «Социология культуры», позволяет работникам сферы государственного и муниципального управления, маркетинга, СМИ, рекламы, социальной сферы более эффективно осуществлять свою деятельность. Работать в самых различных областях и сферах деятельности нашим выпускникам помогает фундаментальная культурологическая подготовка, расширяющая кругозор человека, дающая коммуникативные компетенции и навыки самопрезентации, а так же дополнительное изучение одного из европейских языков. Наряду с этим студенты приобретают навыки статистического анализа с использованием компьютерных программ обработки информации, работы с базами и массивами данных.

Значительную часть образовательной программы составляет изучение социально-культурных особенностей различных групп населения – акторов социально-культурного пространства и потребителей социально-культурных услуг, а также базовых структурных элементов культуры и социально-культурных феноменов (наука, религия, мораль, искусство и др.). Изучаются различные методы социологического исследования, а также специальные процедуры, применяемые для сбора, анализа и оценки качества социологических данных.

После обучения по профилю «Социология культуры» вы будете знать:

- как использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп;
- как планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб;
- как участвовать в разработке основанных на профессиональных социологических знаниях предложений и рекомендаций по решению социальных проблем, в разработке механизмов согласования интересов социальных групп и общностей;
- как использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности;

- как идентифицировать потребности и интересы социальных групп, создавать механизмы их согласования между собой и с социально-экономическими приоритетами развития социальных общностей (трудовых коллективов, территориальных общностей).

Сферы будущей работы:

- учреждения культуры
- органы государственного и муниципального управления
- социологические и маркетинговые организации;
- средства массовой информации;
- кадровые агентства и HR-службы;
- общественные организации и фонды.

Профиль «Культурные практики и индустрии»

Заочная форма обучения

- В центре внимания образовательной программы практики в истории культуры и индустрии актуальной культуры – это формы деятельности, находящиеся на границе высокой культуры и повседневности, отмеченные повышенными коммуникативными свойствами (практики повседневности, художественные и социальные практики и т.д.);

Что вы будете изучать?

- Историю и теорию кураторства;
- Арт-менеджмент и галерейное дело;
- Проектирование в сфере культуры;
- Культурологическая экспертиза культурных ценностей и др.

Программа включает в себя:

- Мастер-классы исследователей, практиков и специалистов в разных областях культуры;
- Обсуждение актуальных культурных событий; Формирование представления о современном культурном пространстве; Формирование навыков ориентации в современном культурном процессе;
- Цель программы - показать, как функционирует художественный рынок и проходят выставки, каковы обязанности куратора, который эти выставки придумывает и собирает.

Сферы будущей работы:

Учреждения искусства (фонды, музеи, художественные галереи, культурные центры)

- Коммерческие проекты в сфере современной культуры (дизайнерские, рекламные бюро, интернет-компании, телевизионное, фото- и кино производство визуальных продуктов)
- Научные учреждения (институты, исследовательские группы и проекты)
- Федеральные и региональные учреждения культуры (муниципальные, региональные и федеральные отделы и управления культуры, аналитические отделы)
- Негосударственные организации и инициативы в сфере культуры (региональные и международные проекты в сфере культуры, креативные кластеры, частные институты и фонды)
- Средства массовой информации (редакции телерадиокомпаний, сетевых и бумажных изданий)