

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30»06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.01

Медиаиндустрия в гражданском обществе и массовая культура

Учебный план: ФГОС3++_2020-2021_42.03.01_ВШПМ_ОЗО_Реклама в медиаиндустрии.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
1	УП	17	17	109,75	0,25	4	Зачет
	РПД	17	17	109,75	0,25	4	
Итого	УП	17	17	109,75	0,25	4	
	РПД	17	17	109,75	0,25	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент

Цуканов Евгений
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у обучающегося компетенции, обуславливающие понимание процессов развития медиаиндустрии в современном социокультурном коммуникативном пространстве.

1.2 Задачи дисциплины:

Дать развернутое представление о медиаиндустрии как феномене информационного общества.

Охарактеризовать базовые особенности гражданского общества как среды развития медиаиндустрии.

Выделить характерные признаки современной массовой культуры в контексте изучения феномена медиаиндустрии.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Обучающийся должен обладать первичными навыками критического мышления и достаточной широтой культурного кругозора.

Введение в коммуникационные специальности

Информационно-коммуникационные технологии

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКо-1 : Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов, мероприятий

Знать: Характеристики, процессы и факторы развития медиаиндустрии в гражданском обществе, значение различных форм медиа в социокультурном и коммуникативном пространстве.

Уметь: Применять принципы информационной политики в реализации коммуникационного процесса.

Владеть: Навыками оценки медиа- и коммуникационных продуктов с учетом принципов информационной и коммуникативной безопасности.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Медиаиндустрия: определение понятия, структура,	1					ДЗ
Тема 1. Понятие медиаиндустрии.		2		6	ИЛ	
Тема 2. Место медиаиндустрии в системе «медиа-общество».		2		6	ИЛ	
Тема 3. Медиаиндустрия и гражданское общество: диалектика взаимодействия.		2		6,75	ИЛ	ДЗ
Раздел 2. Массовая культура в современном социуме.						
Тема 4. Язык и эстетика масскульты.		2		9	ИЛ	
Тема 5. Массовое сознание и массовый человек.		2		9	ИЛ	
Тема 6. Музыка и особенности ее производства в массовом обществе.		1		9	ИЛ	
Тема 7. Кино и телевидение в аспекте медиаиндустрии.		4		9	ИЛ	
Тема 8. Производство массовой литературы; ее социокультурная специфика.		1		9	ИЛ	ДЗ
Тема 9. Производство информационно-новостного контента.		1		8	ИЛ	
Раздел 3. Анализ произведений современной массовой культуры						
Тема 10. Разбор и обсуждение статьи К. Леонтьева "Средний европеец как идеал и орудие всемирного			2	8	ГД	О,КПр,Э
Тема 11. Разбор и обсуждение философского эссе Хосе Ортеги-и-Гассета "Восстание масс".			2	6	ГД	

Тема 12. Просмотр и анализ отечественной кинематографической продукции.		8	8	ГД	
Тема 13. Просмотр и анализ зарубежной кинематографической продукции.		4	8	ГД	
Тема 14. Представление авторских эссе.		1	8	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	17	109,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,25	109,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКо-1	<p>Дает определения понятия, структуру, функции, медиаиндустрии</p> <p>Применяет принципы информационной политики в реализации коммуникационного процесса</p> <p>Проводит оценку медиа- и коммуникационных продуктов с учетом коммуникативной безопасности.</p>	Вопросы для устного собеседования, практико-ориентированные задания.

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся показывает достаточный уровень знаний в пределах основного учебного материала, без существенных ошибок выполняет предусмотренные в программе задания; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе. Или обучающийся допускает не существенные погрешности в ответе на зачете и при выполнении зачетных заданий, устраняет их без помощи преподавателя; способен объяснить взаимосвязь основных понятий дисциплины при дополнительных вопросах преподавателя.	
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 1	
1	Медиаиндустрия в современной России
2	Новые задачи российской киноиндустрии (на примере многосерийного х/ф Ю. Быкова "Спящие" 2017 г.).
3	Новые задачи российской киноиндустрии (на примере х/ф А. Шальопы "28 панфиловцев" 2016 г.).
4	Новые задачи российской киноиндустрии (на примере х/ф П. Лунгина "Остров" 2006 г.).
5	Новые задачи российской киноиндустрии (на примере х/ф А. Балабанова "Брат" 1997 г. и "Брат-2" 2000 г.).
6	Производство бессмысленности средствами западного массового кино (на примере х/ф Т. Тыквера "Беги, Лола, беги" 1998 г.).
7	Производство бессмысленности средствами западного массового кино (на примере х/ф Г. Ричи "Карты, деньги, два ствола" 1998 г.).
8	Производство бессмысленности средствами западного массового кино (на примере х/ф К. Тарантино "Криминальное чтиво" 1994 г.).
9	Производство смыслов средствами западного массового кино (на примере х/ф Б. Левинсона "Плутовство" 1997 г.).
10	Производство смыслов средствами западного массового кино (на примере х/ф Ф. Дарабонта "Побег из Шоушенка" 1994 г.).
11	Производство смыслов средствами западного массового кино (на примере х/ф П. Уира "Шоу Трумана" 1998 г.).
12	Производство смыслов средствами западного массового кино (на примере х/ф Х. Рамиса "День Сурка" 1993 г.).
13	Производство смыслов средствами западного массового кино (на примере х/ф М. Формена "Пролетая над гнездом кукушки" 1975 г.).

14	Производство смыслов средствами западного массового кино (на примере х/ф Р. Земекиса "Форест Гамп" 1994 г.).
15	Вестернизация отечественного кинематографа (на примере х/ф П. Тодоровского "Интердевочка" 1989 г.).
16	Вестернизация отечественного кинематографа (на примере х/ф В. Пичула "Маленькая Вера" 1988 г.).
17	Идейный упадок советского массового кино (на примере х/ф В. Меньшова "Москва слезам не верит" 1979 г.).
18	Высокая идейность советского массового кино (на примере многосерийного х/ф С. Арановича "Противостояние" 1985 г.).
19	Высокая идейность советского массового кино (на примере многосерийного х/ф Г. Аронова "Каникулы Кроша" 1980 г.).
20	Высокая идейность советского массового кино (на примере многосерийного х/ф П. Арсенова "Гостья из будущего" 1985 г.).
21	Высокая идейность советского массового кино (на примере многосерийного х/ф С. Говорухина "Место встречи изменить нельзя" 1979 г.).
22	Высокая идейность советского массового кино (на примере многосерийного х/ф В. Ордынского "Хождение по мукам" 1977 г.).
23	Высокая идейность советского массового кино (на примере многосерийного х/ф Т. Лиозновой "Семнадцать мгновений весны" 1973 г.).
24	Высокая идейность советского массового кино (на примере х/ф М. Ромма "Девять дней одного года" 1962 г.).
25	Главные тенденции отечественной киноиндустрии
26	Современная западная киноиндустрия: традиции и новации
27	Видеоклип как продукт медиаиндустрии
28	Понятие массовой литературы. Массовая литература и массовая беллетристика
29	Соотношение технологии и культуры в современных электронных медиа
30	Роль телевидения в современной культуре
31	Понятие «авторское искусство». Проблема противопоставления высокого и низкого искусства
32	Проблема массовости в музыкальном искусстве
33	Эстетические характеристики массовой культуры
34	Понятие мифа. Особенности мифов масскульта
35	Отличительные особенности советской и западной (буржуазной) моделей массовой культуры
36	Массовый человек: причины его становления и его отличительные особенности как социального феномена
37	Понятие информационного общества. Отличия информационного общества от индустриального и традиционного обществ

38	Семиотический анализ текстов массовой культуры
39	Ж. Бодрийяр о роли массмедиа в современном обществе
40	Основные положения концепции "среднего европейца" К. Леонтьева
41	Основные положения концепции массовой культуры Х. Ортега-и-Гассета
42	Массовая культура. Основные концепции массовой культуры
43	Основные теории медиаиндустрии в современном массовом обществе
44	Феномен проконсьюмеристической медиаиндустрии
45	Структура СМИ и специфика рынка масс-медиа
46	Структура современной медиасистемы
47	Роль медиаиндустрии в формировании гражданского общества
48	Феномен гражданского общества: история возникновения и многообразие трактовок
49	Понятия медиаиндустрии и культурной индустрии
50	Сущностные характеристики понятия медиа и смежных понятий медиации, медиальности и медиакратии

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Представьте себе ситуацию, в рамках которой Вам необходимо будет заняться продвижением определенного товара, бренда или услуги. Обычно решение подобных задач начинается с точной идентификации целевой аудитории, на которую будет направлено рекламное или рг-воздействие. Назовите товар (бренд, услугу), а затем дайте максимально развернутое описание базовых и факультативных характеристик потенциального покупателя с учетом полученных знаний о массовом человеке. Необходимо сначала мысленно, а затем на бумаге нарисовать гипотетический профиль целевой аудитории по следующим параметрам: ориентировочный пол, возраст, социальный статус, имущественное положение, увлечения, психологические наклонности, эстетические привычки, увлечения и т.п. Составленный таким образом документ необходимо проходит процедуру публичной презентации в группе.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проходит в форме устного собеседования. У студента есть возможность пользоваться словарями и справочниками. Время на подготовку и ответ 30 мин.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Горина Е. В., Чепкина Э. В.	Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/66538.html
Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81693.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Сергодеева Е. А., Асланова М. Т., Сапрыкина Е. В.	Коммуникативные технологии в информационном обществе	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2016	http://www.iprbookshop.ru/69391.html

Буряковская В. А.	Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале	Волгоград: Волгоградский государственный социально-	2014	http://www.iprbookshop.ru/40829.html
-------------------	--	---	------	---

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>
2. Социальная сеть для сотрудничества учёных [Электронный ресурс]. URL: <https://www.academia.edu/>
3. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска