

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.23 Эстетика медиапродукта

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ИБК_ОЗО_РИСО.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

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

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
9	УП	17	34	92,75	0,25	4	Зачет
	РПД	17	34	92,75	0,25	4	
Итого	УП	17	34	92,75	0,25	4	
	РПД	17	34	92,75	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 философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области эстетической специфики медиапотребления.

1.2 Задачи дисциплины:

познакомить обучающихся с основными концепциями медиапотребления и эстетическими характеристиками медиапродукта.

создать теоретическую базу для понимания особенностей и тенденций развития эстетики медиакоммуникационного продукта;

дать обучающимся базовые знания в области истории эстетики, благодаря которым он сможет ориентироваться в современной культуре медиапотребления.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

История рекламы и связей с общественностью

Информационно-коммуникационные технологии

Основы теории коммуникации

Теория и практика рекламы

Введение в коммуникационные специальности

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

История литературы и искусства

Социология и психология массовых коммуникаций

Теория и практика массмедиа

Основы цифровых коммуникаций

Фирменный стиль и основы дизайна

Основы сторителлинга

Медиапланирование

Маркетинг социальных медиа

Реклама и связи с общественностью в сфере культуры и искусств

История и теория модной индустрии

Комплексные исследования в отрасли

Дизайн в системе массовых коммуникаций

Коммуникационные компании в дизайне и моде

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-2 : Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.
Знать: основной тезаурус современной эстетики в приложении к профессиональной деятельности по созданию медиа-коммуникационного продукта.
Уметь: анализировать, редактировать и проектировать эстетические характеристики медиапродукта.
Владеть: навыком аналитики, критического описания, реконструкции, проектирования и редактирования медиапродукта в соответствии со спецификой отрасли.

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. Теоретико-методологическое основание дисциплины.	9					О,Д
Тема 1. Ключевые понятия дисциплины: медиатехнологии, медиарынок, потребление, продукт. Эстетика медиа в системе потребления. Практическое занятие: продукт и потребление в коммуникационной деятельности.		1	6	7,75	ИЛ	
Тема 2. История становления и эволюции медиапотребления. От фантазмагии к социальным сетям. Экономика внимания. От продукта к аудитории и обратно. Практическое занятие: жанр, формат, неформат - структуры потребления в медиа.		1	4	6	ГД	
Раздел 2. Эстетика и медиа						Пр
Тема 3. Эстетика и медиатехнологии в контексте медиапотребления. Роль социальных сетей в дистрибуции. Автоматизация и журналистика ботов. Практическое занятие: медиатехнологии и трансформации контента. От "что" к "как".		2	4	9	ИЛ	
Тема 4. Информатизация и развлечение - Инфотейнмент Практическое занятие: подбор иллюстративного материала по инфотейнменту.		1	2	16	ИЛ	
Раздел 3. Медиаграмотность в контексте медиапотребления						Пр,КПр
Тема 5. Медиаграмотность: анализ, оценка и создание сообщений в разных видах медиа, жанрах и формах. Практическое занятие: от идеи к продукту - принципы создания контента.		2	4	18	ГД	
Тема 6. Медиа и общество. Пропаганда, цензура и манипуляция. Практическое занятие: подбор и анализ иллюстративного материала.		2	6	16	ГД	
Раздел 4. Медиаэстетическая критика					О,Пр	
Тема 7. Критическая теория медиа и потребления. Проблема вкуса. Личностный, социокультурный, экономический и политический контекст функционирования медиа. Практическое занятие: Критика - сущность, термины, определения.	6	2	10	ИЛ		

Тема 8. Коммуникации производителя и потребителя - передача медиакультурных вкусов и стандартов. Эстетические принципы создания новых элементов медиакультуры современного общества. Тенденции развития эстетики в контексте медиатехнологий. Практическое занятие: реляционная эстетика современного медиапространства.	2	6	10	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	92,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине	51,25		92,75		

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
ПКп-2	описывает основные категории современной эстетики в приложении к коммуникационной сфере. характеризует медиапотребление с позиций эстетического анализа; осуществляет проектирование и редактирование медиапродукта в	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	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
Не зачтено	Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые. Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки. 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 9	

1	Основные направления медиапотребления.
2	Основные категории эстетики
3	Краткая история медиапотребления. Значение эстетики для развития медиа.
4	Критическая теория медиа
5	Социальные сети и медиакультура
6	Поп-культура: коммодификация и инновации
7	Реляционная эстетика и открытое общество
8	Инфотеймент: прошлое и настоящее
9	Медиаграмотность и медиаобразование
10	Медиаарт и медиаархеология
11	Искусство новых медиа и журналистика
12	Культурные индустрии медиапотребления
13	Жанр, формат, неформат.
14	Экономика внимания

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Иллюстративный кейс: Поп-культура в контексте медиапотребления.

Задание. Рассмотрите иллюстративный ряд. Назовите основные тренды в форматах и жанрах медиапродукта в указанный период?

2. Кейс по инфотейменту.

Предложить проект инфотеймент сообщения для разных целевых групп.

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

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Бобров, А. А.	Обществу и человеку. Журналистика в социально-культурной сфере	Москва: Московский гуманитарный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/74732.html
Самарцев О. Р., Засурский Я. Н.	Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики)	Москва: Академический проект, Фонд «Мир»	2015	http://www.iprbookshop.ru/36858.html
Гуревич, П. С.	Эстетика	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71246.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Костина, А. В.	Проблемы массового и элитарного искусства	Москва: Московский гуманитарный университет	2011	http://www.iprbookshop.ru/8614.html
Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С.	Интернет-журналистика и интернет-реклама	Москва: Инфра-Инженерия	2018	http://www.iprbookshop.ru/78258.html

Степанов М. А.	Эстетика рекламной коммуникации	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019102
Кулишкина О. Н.	Семиология медиапродукта	СПб.: СПбГУПТД	2014	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1934
Асмолов, А. Г., Асмолов, Г. А., Вартанова, Е. Л., Вербицкая, Ю. А., Войскунский, А. Е., Дунас, Д. В., Ениколопов, С. Н., Ефимова, Л. Л., Засурский, Я. Н., Зинченко, Ю. П., Кабрин, В. И., Карицкий, И. Н., Козлов, В. В., Коротченко, Е. А., Кузнецова, Ю. М., Матвеева, Л. В., Мионов, В. В., Назаретян, А. П., Петренко, В. Ф., Покровский, Н. Е., Пронин, Е. И., Пронина, Е. Е., Раскин, А. В., Соколова, Е. Т., Сорокина, В. В., Супрун, А. П., Чудова, Н. В., Вартанова, Е. Л., Зинченко, Ю. П., Мионов, В. В.	Человек как субъект и объект медиапсихологии	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	2011	http://www.iprbookshop.ru/27428.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Портал «Информационная грамотность и медиаобразование» <https://www.mediagram.ru/>
 Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>
 Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео
 YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>
 Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка»
 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>
 Комплексные исследования информационного агентства InterMedia [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.intermedia.ru/content/222>
 Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс].
 URL: <http://ecsocman.hse.ru>
 Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный
 ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>
 Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы,
 маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>
 Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 "Теории и практики" - <http://theoryandpractice.ru>
 Электронная библиотека по гуманитарным дисциплинам - www.gumer.info
 Научный журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» [Электронный ресурс].
 URL:
<https://vestnik.journ.msu.ru/archive/>

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