

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\_ЗАО\_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: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	4	92	4	3	Зачет
	РПД	4	92	4	3	
Итого	УП	8	124	4	4	
	РПД	8	124	4	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

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Введение в коммуникационные специальности

Основы теории коммуникации

Теория и практика рекламы

Основы цифровых коммуникаций

Фирменный стиль и основы дизайна

Медиапланирование

Основы сторителлинга

Маркетинг социальных медиа

История литературы и искусства

Теория и практика массмедиа

Социология и психология массовых коммуникаций

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

<b>ПКп-2 : Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</b>
<b>Знать:</b> основной тезаурус современной эстетики в приложении к профессиональной деятельности по созданию медиа-коммуникационного продукта.
<b>Уметь:</b> анализировать, редактировать и проектировать эстетические характеристики медиапродукта.
<b>Владеть:</b> 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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретико-методологическое основание дисциплины.	4				
Тема 1. Ключевые понятия дисциплины: медиатехнологии, медиарынок, потребление, продукт. Эстетика медиа в системе потребления. Продукт и потребление в коммуникационной деятельности.		1		8	ИЛ
Тема 2. История становления и эволюции медиапотребления. От фантасмагории к социальным сетям. Экономика внимания. От продукта к аудитории и обратно. Жанр, формат, неформат - структуры потребления в медиа.		1		8	ИЛ
Раздел 2. Эстетика и медиа					
Тема 3. Эстетика и медиатехнологии в контексте медиапотребления. Роль социальных сетей в дистрибуции. Автоматизация и журналистика ботов. Медиатехнологии и трансформации контента. От "что" к "как".		1		8	ИЛ
Тема 4. Информатизация и развлечение - Инфотейнмент		1		8	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 3. Медиаграмотность в контексте медиапотребления	5				
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	2	18	ИЛ
Тема 6. Медиа и общество. Пропаганда, цензура и манипуляция. Практическое занятие: подбор и анализ иллюстративного материала.		2	2	26	ИЛ
Раздел 4. Медиаэстетическая критика					
Тема 7. Критическая теория медиа и потребления. Проблема вкуса. Личностный, социокультурный, экономический и политический контекст функционирования медиа. Практическое занятие: Критика - сущность, термины, определения.			2	24	АС
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	24	ГД	

Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	92	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		16,25		124	

#### 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
Курс 5	
1	Основные направления медиапотребления.
2	Основные категории эстетики
3	Краткая история медиапотребления. Значение эстетики для развития медиа.
4	Инфотеймент: прошлое и настоящее
5	Жанр, формат, неформат.
6	Социокультурные, экономические и политические основания медиапотребления.
7	Фантасмагория и youtube - медиапотребление в разных эпохах

8	Критическая теория медиа
9	Социальные сети и медиакультура
10	Поп-культура: коммодификация и инновации
11	Реляционная эстетика и открытое общество
12	Медиаграмотность и медиаобразование
13	Медиаарт и медиаархеология
14	Искусство новых медиа и журналистика
15	Культурные индустрии медиапотребления
16	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

В течении семестра выполняются контрольные работы.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Самарцев О. Р., Засурский Я. Н.	Творческая деятельность журналиста (очерки теории и практики)	Москва: Академический проект, Фонд «Мир»	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/36858.html">http://www.iprbookshop.ru/36858.html</a>
Гуревич, П. С.	Эстетика	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71246.html">http://www.iprbookshop.ru/71246.html</a>
Бобров, А. А.	Обществу и человеку. Журналистика в социально-культурной сфере	Москва: Московский гуманитарный университет	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/74732.html">http://www.iprbookshop.ru/74732.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				

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	<a href="http://www.iprbookshop.ru/27428.html">http://www.iprbookshop.ru/27428.html</a>
Костина, А. В.	Проблемы массового и элитарного искусства	Москва: Московский гуманитарный университет	2011	<a href="http://www.iprbookshop.ru/8614.html">http://www.iprbookshop.ru/8614.html</a>
Кулишкина О. Н.	Семиология медиапродукта	СПб.: СПбГУПТД	2014	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1934">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1934</a>
Степанов М. А.	Эстетика рекламной коммуникации	СПб.: СПбГУПТД	2019	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019102">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019102</a>
Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С.	Интернет-журналистика и интернет-реклама	Москва: Инфра-Инженерия	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/78258.html">http://www.iprbookshop.ru/78258.html</a>

## 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](http://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