

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования и первым
проректор

подпись
« 26 »



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Б1.В.05 МЕДИЙНЫЕ СТРАТЕГИИ В КОНТЕКСТЕ
КУЛЬТУРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация
Проблемы культуры
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины «Б1.В.05 Медийные стратегии в контексте культурной проблематики» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика»

Программу составил(и):

С.А. Мищенко, канд. филол. наук, доцент
И.О. Фамилия, должность, степень, звание


подпись

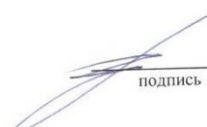
Рабочая программа дисциплины «Б1.В.05 Медийные стратегии в контексте культурной проблематики» утверждена на заседании кафедры (разработчика) истории и правового регулирования массовых коммуникаций протокол № № 9 «06» апреля 2018 г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Лучинский Ю.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) истории и правового регулирования массовых коммуникаций протокол № № 9 «06» апреля 2018 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Лучинский Ю.В.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 15-18 «25» 04 2018г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

С.Е. Паленков, канд. филол. наук, гл. ред. Региональной газеты «Новая Кубань», рук. СП «Премьер»

Ю.М. Павлов, д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой публицистики и журналистского мастерства КубГУ

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель дисциплины «Медийные стратегии в контексте культурной проблематики» - получение необходимых знаний о культурных процессах в России и зарубежных странах.

1.2 Задачи дисциплины.

- систематизировать знания по истории развития культурных традиций в России и за рубежом;
- систематизировать знания о международных культурных движениях и культурной ситуации в мире;
- определить типологические и ценностные ориентиры международных культурных движений;
- выявить основания аналитического отношения к медийным стратегиям в культурном контексте.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.05 «Медийные стратегии в контексте культурной проблематики» относится к вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина опирается на положения таких учебных дисциплин как «Журналистика как социокультурный феномен», «Современный театральный и кинопроцесс», «История искусств в контексте медиа», «Правовое регулирование культурного пространства» и др.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций:

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОК-2	Готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Основы поведения в нестандартных ситуациях	Нести социальную ответственность за принятые решения.	Способностью нести этическую ответственность за принятые решения.
2	ПК-1	Готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и	Форматы и жанры медиаконтента повышенной сложности	Создавать авторский медиаконтент	Углубленным пониманием специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов создания авторского медиаконтента

		профессиональных стандартов			
3.	ПК-5	Готовностью в различных формах преподавать дисциплины, связанные с данным направлением подготовки и медиаобразованием, разрабатывать учебнометодические материалы, повышать свою преподавательскую квалификацию	различные формы преподавания дисциплин, связанные с данным направлением подготовки и медиаобразованием.	разрабатывать учебнометодические материалы	навыками разработки учебнометодических материалов.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (очная форма).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
				11	
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	24,3			24,3	
Занятия лекционного типа	12	-	-	12	-
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12	-	-	12	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	53,7	-		53,7	
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			0,3	
Самостоятельная работа, в том числе:					
<i>Курсовая работа</i>	-	-	-	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	10	-	-	10	-
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>		-	-		-
<i>Коллоквиум</i>	12	-	-	12	-
Подготовка к текущему контролю	8	-	-	8	-
Контроль:					
Подготовка к экзамену	-	-			

Общая трудоемкость	час.	108	-	-	108	-
	в том числе контактная работа	24,3	24,3		24.3	
	зач. ед	3	3		3	

2.2. Структура дисциплины.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 11 семестре (*очная форма*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Фольклорная основа зарождения массовой культуры	6	4			2
2.	Социально-экономические предпосылки формирования массовой культуры	4	2			2
3.	Рекламные факторы становления массовой культуры	4	2			2
4.	Влияние изобразительного искусства на рекламный процесс	6	4			2
5.	Влияние рекламы на изобразительную культуру	8		2		6
6.	Реклама и концепция постмодерна	8		2		6
7.	Отражение социальных мифов в рекламе	6		2		4
8.	Игровая составляющая массовой культуры и рекламы	4		2		2
9.	Реклама и формирование стиля жизни	4		2		2
10.	Взаимодействие массовой культуры и рекламы	4		2		2
	Итого по дисциплине:		12	12		30

2.3. Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Фольклорная основа зарождения массовой культуры	Городской фольклор как основа массовой культуры. Массовые зрелища как основа массовой культуры. Проповеди, литургические драмы и мистерии как основа массовой культуры. Карнавальная культура как основа массовой культуры. Лубочные картинки и лубочные книги как основа массовой культуры. Балаганные представления как основа массовой культуры. Почтовые открытки как основа массовой культуры. Фольклор в раннем кинематографе.	Конспект, фронтальный опрос

2.	Социальноэкономические предпосылки формирования массовой культуры	Предпосылки формирования американского общества массового потребления в последней трети XIX начале XX века. Западное общество потребления во второй половине XX века: социокультурная характеристика. Влияние телевидения на культуру массового потребления.	Конспект, фронтальный опрос
3.	Рекламные факторы становления массовой культуры	Рекламные приемы в западном фольклоре. Рекламные приемы в российской ярмарочной культуре. Лубочные изделия как рекламные прототипы. Рекламные приемы в балаганной афише. Рекламные приемы в изготовлении торговой вывески в начале XX века. Рекламная составляющая плакатов и открыток конца XIX – начала XX века. Становление рекламной фотографии в конце XIX – начале XX века. Взаимосвязь раннего кинематографа и рекламы.	Конспект, фронтальный опрос
4.	Влияние изобразительного искусства на рекламный процесс	Рекламная деятельность профессиональных художников конца XIX-начала XX века. Деятельность художественного объединения «Мир искусства», в т.ч. в рекламной сфере. Модернистские традиции в русской коммерческой рекламе. Особенности киноплакатов в России начала XX века. Неорусский стиль в рекламе начала XX века. Конструктивизм в рекламе начала XX века. Выразительные средства реклам-конструкторов в киноплакатах братьев Стенбергов.	Конспект, фронтальный опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Влияние рекламы на изобразительную культуру	Влияние рекламных образов на Ready-made Марселя Дюшана. Влияние рекламы на творчество сюрреалистов. Рекламное творчество Рене Маритта. Рекламные образы в творчестве Сальвадора Дали. Влияние изобразительной рекламы на становление и развитие поп-арта. Рекламная составляющая творчества Энди Уорхолла. Феномен «мыльных опер» в массовой культуре XX века.	Конспект, коллоквиум
2.	Реклама и концепция постмодерна	Рекламные технологии в концептуализме. Рекламные объекты как «концепты». Симюляр в массовой культуре и рекламе. Скандал и провокация в искусстве как способ привлечения аудитории. Феномен «провоцирующей» рекламы. Product placement в искусстве: возникновение и развитие технологии. Симбиоз рекламы и массовой культуры в «симуляции реальности».	Конспект, коллоквиум
3.	Отражение социальных мифов в рекламе	Мифологические истоки рекламы. Мифологическая составляющая маркетинговой деятельности. Эффективность рекламного мифотворчества на примере рекламной концепции Мишлен. Рекламные кампании Лео Барнетта как пример эффективного мифотворчества. Примеры эффективного мифотворчества в рекламе алкоголя. Национальные архетипы в рекламе.	Конспект, коллоквиум

4.	Игровая составляющая массовой культуры и рекламы	Игровое начало в фольклоре. Игровое начало в философии постмодернизма. Игровое начало в маркетинговой стратегии. Игровое спонсорство и игровые ситуации. Примеры эффективного использования игровой составляющей в стратегии рекламной кампании. Игровые элементы в рекламных открытках. Тизер в рекламе. Особенности игровой рекламы в Интернет. Лингвистические игровые резервы в рекламе.	Конспект, коллоквиум
5.	Реклама и формирование стиля жизни	Популяризация промышленного дизайна в начале XX века. Становление коммерческого дизайна в США начала XX века. Влияние рекламы на развитие дизайна и модной индустрии. Социально-психологические основания популярности моды. Наиболее эффективные приемы распространения модных образцов. Формирование успешного маркетинга в модной индустрии.	Конспект, коллоквиум
6.	Взаимодействие массовой культуры и рекламы	Позитивные и негативные факторы массовой культуры. Суть феномена advertising/popular culture mix. Фанзины и флапостинг как составляющие новой субкультуры. Перспективы дальнейшего развития массовой культуры.	Конспект, коллоквиум

2.3.3 Лабораторные занятия (не предусмотрены). Не предусмотрены.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов). Не предусмотрены.

2.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов / сост. Кожанова В.Ю. – Краснодар: КубГУ, 2017 2. Гнедич, П.П. История искусства с древнейших времен [Электронный ресурс] / П.П. Гнедич. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2013. — 500 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/32036/#1. — Загл. с экрана. 3. Истоки постмодерна / Андерсон П., Апполонов А.; Под ред. Маяцкий М. - М.:ИД Тер. будущего, 2011. - 208 с.: 70x100 1/16. - (Университетская библиотека Александра Погорельского) ISBN 978-5-91129-066-5 - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=359876

2	Подготовка к текущему контролю	1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов / сост. Кожанова В.Ю. – Краснодар: КубГУ, 2017 2. Гнедич, П.П. История искусства с древнейших времен [Электронный ресурс] / П.П. Гнедич. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2013. — 500 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/32036/#1. — Загл. с экрана. 3. Истоки постмодерна / Андерсон П., Апполонов А.; Под ред. Маяцкий М. - М.:ИД Тер. будущего, 2011. - 208 с.: 70x100 1/16. - (Университетская библиотека Александра Погорельского) ISBN 978-5-91129-066-5 - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=359876
---	--------------------------------	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом, – в форме электронного документа, Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. **3. Образовательные технологии.**

При изучении дисциплины «Медийные стратегии в контексте культурной проблематики» применяются следующие образовательные технологии: активные и интерактивные формы проведения занятий. Если пассивные формы проведения занятий предполагают активность только со стороны преподавателя (традиционное преподнесение информации слушателям) то активные формы проведения занятий предполагают взаимодействие преподавателя и студента.

В ходе лекции преподаватель обращается к студентам с уточняющими вопросами, предлагает проанализировать ситуации. Интерактивные занятия предполагают взаимодействие не только преподавателя и студента с, но и студентов друг с другом. Это обеспечивает эффективное усвоение материала, формирование навыков работы в команде, пробуждает интерес у студентов. При изучении дисциплины применяются следующие интерактивные и активные формы (в рамках вопросов, вынесенных на занятие): лекция, фронтальный опрос и коллоквиум.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для текущего контроля.

4.1.1. Фронтальный опрос проводится преподавателем во время лекционных занятий.

Тема №1 Фольклорная основа зарождения массовой культуры **Контрольные вопросы:**

1. Городской фольклор как основа массовой культуры.
2. Массовые зрелища как истоки формирования массовой культуры.
3. Лубочные картинки и лубочные книги как основа массовой культуры.
4. Почтовые открытки в основе формирования массовой культуры.

Тема №2. Социально-экономические предпосылки формирования массовой культуры.

Контрольные вопросы:

1. Предпосылки формирования общества массового потребления в США 2. Социокультурные условия функционирования общества потребления.
3. Влияние телевидения на культуру массового потребления.

Тема №3 Рекламные факторы становления массовой культуры. **Контрольные вопросы:**

1. Рекламные приемы в российской ярмарочной культуре.
2. Рекламная составляющая в торговой вывеске начала XX века.
3. Рекламная составляющая плакатов и открыток конца XIX – начала XX века.
4. Становление рекламной фотографии в конце XIX – начале XX века. Тема №4 Влияние изобразительного искусства на рекламный процесс

Контрольные вопросы:

1. Рекламная деятельность профессиональных художников конца XIX-начала XX века.
2. Модернистские традиции в русской коммерческой рекламе.
3. Особенности киноплакатов в России начала XX века.
4. Становление рекламной фотографии в конце XIX – начале XX века.
5. Взаимосвязь раннего кинематографа и рекламы.

4.1.2 Занятия семинарского типа проводятся в форме коллоквиумов по существенным темам курса. Преподаватель заранее раздает темы и проблемные вопросы для обсуждения, также заранее предоставляется список рекомендуемой литературы. В ходе коллоквиума студенты выступают с сообщениями (не более 6-8 минут) и выражают свою точку зрения на заданный проблемный вопрос. В аудитории обсуждается доклад, задаются вопросы выступающему. Преподаватель регулирует обсуждения, задавая наводящие вопросы, корректируя неправильные ответы (важно, чтобы преподаватель не вмешивался напрямую в ход обсуждения, не навязывал собственную точку зрения)

После обсуждения всех предложенных вопросов преподаватель подводит общие итоги коллоквиума.

Вопросы для коллоквиума

Тема №1 Влияние рекламы на изобразительную культуру

1. Влияние рекламных образов на творчество Марселя Дюшана.
2. Реклама в творчестве Рене Маритта.
3. Рекламные образы в творчестве Сальвадора Дали.

4. Рекламная составляющая творчества Энди Уорхолла.
5. Феномен «мыльных опер» в массовой культуре XX века.

Вопросы для коллоквиума Тема №2

Реклама и концепция постмодерна

1. Рекламные объекты как «концепты».
2. Скандал и провокация в искусстве как способ привлечения аудитории.
3. Особенности «провоцирующей» рекламы.
4. Product placement в искусстве: возникновение и развитие технологии.

Вопросы для коллоквиума

Тема №3 Отражение социальных мифов в рекламе

1. Эффективность рекламного мифотворчества на примере рекламной концепции Мишлен.
2. Рекламные кампании Лео Барнетта как пример эффективного мифотворчества.
3. Примеры эффективного мифотворчества в наиболее успешных рекламных кампаниях.
4. Национальные архетипы в рекламе.

Вопросы для коллоквиума

Тема №4 Игровая составляющая массовой культуры и рекламы

1. Игровое начало в философии постмодернизма.
2. Игровое начало в маркетинговой стратегии.
3. Примеры эффективного использования игровой составляющей в стратегии рекламной кампании.
4. Лингвистические игровые резервы в рекламе.

Вопросы для коллоквиума Тема №5 Реклама и формирование стиля жизни

1. Становление коммерческого дизайна в США начала XX века.
2. Влияние рекламы на развитие дизайна и модной индустрии.
3. Наиболее эффективные приемы распространения модных образцов.
4. Условия успешного маркетинга в модной индустрии.

Вопросы для коллоквиума

Тема №6 Взаимодействие массовой культуры и рекламы

1. Позитивные и негативные факторы массовой культуры.
2. Суть феномена advertising/popular culture mix.
3. Фанзины и флапостинг как составляющие новой субкультуры.
4. Перспективы дальнейшего развития массовой культуры.

4.1.3 Лабораторные занятия Не предусмотрены.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для итоговой аттестации (экзамен)

1. Городской фольклор как основа массовой культуры.
2. Массовые зрелища как основа массовой культуры.
3. Проповеди, литургические драмы и мистерии как основа массовой культуры.
4. Карнавальная культура как основа массовой культуры.
5. Лубочные картинки и лубочные книги как основа массовой культуры.
6. Балаганские представления как основа массовой культуры.
7. Почтовые открытки как основа массовой культуры.
8. Фольклор в раннем кинематографе.
9. Предпосылки формирования американского общества массового потребления в последней трети XIX – начале XX века.
10. Западное общество потребления во второй половине XX века: социокультурная характеристика.
11. Влияние телевидения на культуру массового потребления.
12. Рекламные приемы в западном фольклоре.
13. Рекламные приемы в российской ярмарочной культуре.
14. Лубочные изделия как рекламные прототипы.
15. Рекламные приемы в балаганной афише.
16. Рекламные приемы в изготовлении торговой вывески в начале XX века.
17. Рекламная составляющая плакатов и открыток конца XIX – начала XX века.
18. Становление рекламной фотографии в конце XIX – начале XX века.
19. Взаимосвязь раннего кинематографа и рекламы.
20. Рекламная деятельность профессиональных художников конца XIX – начала XX века.
21. Рекламная деятельность художественного объединения «Мир искусства».
22. Модернистские традиции в русской коммерческой рекламе.
23. Особенности киноплакатов в России начала XX века.
24. Неорусский стиль в рекламе начала XX века.
25. Конструктивизм в рекламе начала XX века.
26. Выразительные средства реклам-конструкторов в киноплакатах братьев Стенбергов.
27. Влияние рекламных образов на Ready-made Марселя Дюшана.
28. Влияние рекламы на творчество сюрреалистов.
29. Рекламное творчество Рене Маритта.
30. Рекламные образы в творчестве Сальвадора Дали.
31. Влияние изобразительной рекламы на становление и развитие поп-арта.
32. Рекламная составляющая творчества Энди Уорхолла.
33. Феномен «мыльных опер» в массовой культуре XX века.
34. Рекламные технологии в концептуализме.
35. Рекламные объекты как «концепты».

36. Симукляр в массовой культуре и рекламе.
37. Скандал и провокация в искусстве как способ привлечения аудитории.
38. Феномен «провоцирующей» рекламы.
39. Product placement в искусстве: возникновение и развитие технологии.
40. Симбиоз рекламы и массовой культуры в «симуляции реальности».
41. Мифологические истоки рекламы.
42. Мифологическая составляющая маркетинговой деятельности.
43. Эффективность рекламного мифотворчества на примере рекламной концепции Мишлен.
44. Рекламные кампании Лео Барнетта как пример эффективного мифотворчества.
45. Наиболее удачные примеры эффективного мифотворчества в рекламе.
46. Национальные архетипы в рекламе.
47. Игровое начало в фольклоре.
48. Игровое начало в философии постмодернизма.
49. Игровое начало в маркетинговой стратегии.
50. Игровое спонсорство и игровые ситуации.
51. Примеры эффективного использования игровой составляющей в стратегии рекламной кампании.
52. Игровые элементы в рекламных открытках.
53. Тизер в рекламе.
54. Особенности игровой рекламы в Интернет.
55. Лингвистические игровые резервы в рекламе.
56. Популяризация промышленного дизайна в начале XX века.
57. Становление коммерческого дизайна в США начала XX века.
58. Влияние рекламы на развитие дизайна и модной индустрии.
59. Социально-психологические основания популярности моды.
60. Наиболее эффективные приемы распространения модных образцов.
61. Формирование успешного маркетинга в модной индустрии.
62. Позитивные и негативные факторы массовой культуры.
63. Суть феномена advertising/popular culture mix.
64. Фанзины и флапостинг как составляющие новой субкультуры.
65. Перспективы дальнейшего развития массовой культуры.

Критерии оценки промежуточной аттестации

Критерии оценки знаний – это требования (признаки), на которые следует ориентироваться при оценке знаний. Так как основным видом проверки знаний и умений студентов по дисциплине является устный опрос на коллоквиуме, а также в форме экзамена, то критериями устного ответа будут выступать следующие качества знаний: полнота – количество знаний об изучаемом объекте, входящих в программу; глубина – совокупность осознанных знаний об объекте; конкретность – умение раскрыть конкретные проявления обобщённых знаний (доказать на примерах основные положения); системность – представление знаний об объекте в системе, с выделением структурных элементов, расположенных в логической последовательности; развернутость –

способность развернуть знания в ряд последовательных шагов; осознанность – понимание связей между знаниями, умение выделить существенные и несущественные связи, познание способов и принципов получения знаний.

Ответ студента по вопросу дисциплины оценивается по пятибалльной системе:

- **оценка «отлично»** выставляется студенту, если ответы на поставленные в билете вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений; делаются обоснованные выводы; демонстрируются глубокие знания базовых терминов и понятий курса; соблюдаются нормы литературной речи;

- **оценка «хорошо»** выставляется студенту, если ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно; материал излагается уверенно; демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; соблюдаются нормы литературной речи;

- **оценка «удовлетворительно»** выставляется студенту, если допускаются нарушения в последовательности изложения; демонстрируются поверхностные знания вопроса; имеются затруднения с выводами; допускаются нарушения норм литературной речи; отмечается слабое владение концептуально-понятийным аппаратом курса.

- **оценка «неудовлетворительно»** выставляется студенту, если материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине; имеются заметные нарушения норм литературной речи.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом, – в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа?: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Журналистика" и "Реклама" Учебное пособие / Ученкова В.В. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 248 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-238-01326-8 - Режим доступа<http://znanium.com/bookread2.php?book=882476>

2. Кирьянова, Н.В. История мировой литературы и искусства. [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 470 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/51831/#1> 51831 – Загл. с экрана. **5.2**

Дополнительная литература:

1. Гнедич, П.П. История искусства с древнейших времен [Электронный ресурс] / П.П. Гнедич. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2013. — 500 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/32036/#1>. — Загл. с экрана.

2. Истоки постмодерна / Андерсон П., Апполонов А.; Под ред. Маяцкий М. - М.:ИД Тер. будущего, 2011. - 208 с.: 70х100 1/16. - (Университетская библиотека Александра Погорельского) ISBN 978-5-91129-066-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=359876>

3. Раппопорт, С.Х. От художника к зрителю. Проблемы художественного творчества [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Х. Раппопорт. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2017. — 236 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/97740/#1>. — Загл. с экрана.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

Администрация Краснодарского края [Официальный сайт] – URL: <https://admkrasnodar.ru/>

Департамент информационной политики Краснодарского края [Официальный сайт] – URL: <http://www.depsmi.ru/> Кубанский государственный университет [Официальный сайт] – URL: <http://www.law.kubsu.ru>.

Министерство культуры РФ [Официальный сайт] – URL: <https://www.mkrf.ru/> Министерство культуры Краснодарского края [Официальный сайт] [Официальный портал] – URL: <http://kulturakubani.ru/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

При изучении дисциплины необходимо руководствоваться учебниками и учебными пособиями. Форма и способы изучения материала определяются с учетом специфики изучаемой темы. Однако во всех случаях необходимо обеспечить сочетание изучения теоретического материала, научного толкования того или иного понятия, даваемого в

учебниках и лекциях, с самостоятельной работой студентов, подготовкой сообщений и докладов.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научноисследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- ☐ освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- ☐ планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- ☐ самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- ☐ выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и

минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- ☐ самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- ☐ предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- ☐ в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- ☐ предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- ☐ использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- ☐ использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Медийные стратегии в контексте культурной проблематики» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое занятие; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий в виде коллоквиумов.

Лекционные занятия (Л).

В ходе лекции студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в конспекте. Тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также узловые моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным средством работы на лекционном занятии является конспектирование.

Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая студенту немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых, их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения, имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и задать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

Практические занятия (ПЗ).

Для практических занятий по дисциплине характерно сочетание теории с выполнением практических заданий. Занятия такого типа проводятся в форме коллоквиумов по трем существенным темам курса. Преподаватель заранее раздает темы и проблемные вопросы для обсуждения, также заранее предоставляется список рекомендуемой литературы. В ходе коллоквиума студенты выступают с сообщениями (не более 6-8 минут) и выражают свою точку зрения на заданный проблемный вопрос. В аудитории обсуждается доклад, задаются вопросы выступающему. Преподаватель

регулирует обсуждения, задавая наводящие вопросы, корректируя неправильные ответы (важно, чтобы преподаватель не вмешивался напрямую в ход обсуждения, не навязывал собственную точку зрения)

После обсуждения всех предложенных вопросов преподаватель подводит общие итоги коллоквиума.

Подготовка к коллоквиуму заключается в подробном изучении конспекта лекции, рекомендованной учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать. Активное участие в работе коллоквиума предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на коллоквиуме способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования нормативных актов, судебной практики или позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление товарища, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий. В конце занятия после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не отраженные в конспекте.

Время на подготовку к практическим занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта

между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Медийные стратегии в контексте культурной проблематики» используются информационные технологии, охватывающие ресурсы (компьютеры, программное обеспечение и Сети), необходимые для управления информацией (создание, хранение, управление, передача и поиск информации):

- технические средства: компьютерная техника и средства связи (ноутбук, проектор, экран, USBнакопители и т.п.);
- коммуникационные средства (проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты, личного кабинета студента и преподавателя);
- организационно-методическое обеспечение (электронные учебные и учебнометодические материалы, компьютерное тестирование, использование электронных мультимедийных презентаций при проведении лекционных и практических занятий);
- программное обеспечение (Microsoft Office (Excel, Word и т.д.), Skype, поисковые системы, электронная почта и т.п.).

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

«Антиплагиат»

Desktop Education ALNG LicSAPk MVL A Faculty EES

Kaspersky Security Center 10 network AgentAO Kaspersky

Windows 8, 10

Microsoft Office Professional Plus

Acrobat DC

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Вузовская электронно-библиотечная система (ЭБС) на платформе национального цифрового ресурса «РУКОНТ»(<http://rucont.ru>)
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн. Ресурс содержит электронные издания по истории, философии, культурологии, психологии, социологии, религии, искусствоведению, филологическим наукам, политологии, правоведению, экономике, естественным наукам, информационным технологиям, а также художественной литературе. Базы данных ресурса содержат справочники, словари, энциклопедии, иллюстрированные издания по искусству на русском, немецком и английском языках. (<http://www.biblioclub.ru>)
3. Электронно-библиотечная система «Образовательные и просветительские издания» (<http://www.iqlib.ru>)

4. Сайт, где представлены различные словари и энциклопедии
(<http://slovari.yandex.ru>)
5. Электронно-библиотечная система "Лань" [Официальный сайт] – URL:
<https://e.lanbook.com/>
6. Электронная библиотека "Юрайт" [Официальный сайт] – URL:
<https://www.biblio-online.ru/>
7. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» [Официальный сайт] – URL: <http://www.znanium.com/>
8. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» [Официальный сайт] – URL: <https://www.book.ru>
- Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № 202, мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная. № 205, мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная, № 209, комплект учебной мебели, доска учебная, № 301, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор; № 302, мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная, № 309, комплект учебной мебели, доска учебная, № 402, мультимедийный проектор, интерактивная доска, комплект учебной мебели, доска учебная, № 407, комплект учебной мебели, доска учебная, № 408, комплект учебной мебели, доска учебная, № 409, комплект учебной мебели, доска учебная, № 411, комплект учебной мебели, доска учебная.
2.	Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: № 304, комплект учебной мебели, доска учебная, № 305, комплект учебной мебели, доска учебная, № 306, комплект учебной мебели, доска учебная, № 404, комплект учебной мебели, доска учебная, № 406, комплект учебной мебели, доска учебная, № 407, комплект учебной мебели, доска учебная, № 408, комплект учебной мебели, доска учебная, № 409, комплект учебной мебели, доска учебная.

3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций: № 202, мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная № 306, комплект учебной мебели, доска учебная № 307, комплект учебной мебели, доска учебная № 310, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, № 407, комплект учебной мебели, доска учебная, № 408, комплект учебной мебели, доска учебная, № 409, комплект учебной мебели, доска учебная, № 410, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования, № 411, комплект учебной мебели, доска учебная, № 412, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования.
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебные группы для текущего контроля и промежуточной аттестации № 304, комплект учебной мебели, доска учебная, № 305, комплект учебной мебели, доска учебная, № 306, комплект учебной мебели, доска учебная, № 404, комплект учебной мебели, доска учебная, № 406, комплект учебной мебели, доска учебная, № 407, комплект учебной мебели, доска учебная, № 408, комплект учебной мебели, доска учебная, № 409, комплект учебной мебели, доска учебная.
5.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы ауд. №401, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.;
		доска учебная.; ПЭВМ учебная – 10 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор,