

АННОТАЦИЯ

Дисциплины «Б1. В.05 Медийные стратегии в контексте культурной проблематики»

Объем трудоемкости: 3 ЗЕТ (108 часов, из них – 24,3 ч. аудиторной нагрузки: лекционных 12 ч., практических

12 ч.; 30 ч. самостоятельной работы; 0,3 ч. ИКР, 53,7 ч. контроль)

Цель дисциплины: получение необходимых знаний о культурных процессах в России и зарубежных странах.

Задачи дисциплины:

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

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

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.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование следующих компетенций общекультурных, профессиональных компетенций: ОК-2, ПК-1

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
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.
ПК-1	Готовностью создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов	Форматы и жанры медиаконтента повышенной сложности	Создавать авторский медиаконтент	Углубленным пониманием специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов создания авторского медиаконтента

Основные разделы (темы) дисциплины:

№	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

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

Вид аттестации: экзамен

Основная литература

1. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа?: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Журналистика" и "Реклама" Учебное пособие / Ученова 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/#151831>

Автор РПД: к филол. н., доц. Болтуц О.А.