

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

Проректор по учебно-методической работе
качеству образования – проректор
Хагуров С.А.
подпись «22» 05 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.02.02 МЕДИЙНАЯ СТРАТЕГИЯ В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ

(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)

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

Квалификация выпускника магистр

Краснодар 2019

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Медийные стратегии в контексте культуры» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 42.04.02 Журналистика, профиль «Проблемы культуры»

Программу составил(и):

Лучинский Ю.В., д.ф.н., профессор
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Медийные стратегии в контексте культуры» утверждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций
протокол № 10 «20» 05 2019 г.

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


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций
протокол № 10 «20» 05 2019 г.

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


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики, протокол № 11-19 « 22 » 05 2019 г.

Председатель УМК факультета О.В. Хлопунова
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Панаэтов О.Г., зав. кафедрой телерадиовещания Краснодарского государственного института культуры, к.ф.н., доцент

Шеуджен Ф.Ю., кандидат филологических наук, главный редактор
«Аргументы и Факты - ЮГ»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

- изучение основных правил функционирования массовой информационной деятельности;
- знакомство с основными отечественными СМИ, освещающими культурную тематику;
- получение и отработка устойчивых навыков создания информационноаналитического продукта по культурной тематике в СМИ определенного типа.

1.2 Задачи дисциплины

- знать функции СМИ как субъекта повышения культуры и культурных ценностей граждан;
- выработка умения выделять главное событие и подвергать его соответствующей как инструмента культурного просвещения населения; - показать особенности взаимодействия различным типов СМИ;
- знать методики редактирования текстов с учетом специфики подачи материалов по культурной проблематике.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медийные стратегии в контексте культуры» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

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 универсальных компетенций (УК): УК-5, ПК-03.

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
1.	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает феномен существования различных культур как сложных, саморазвивающихся систем, а также принципы их взаимодействия.	Умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности	Владеет практическим и навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях межкультурного общения

	ПК-3 способен разработать и подготовить макет медиапроекта, опираясь на порядок разработки планов издания, графики и нормативно-правовую базу	основные принципы и порядок разработки макета медиа продукта	устанавливать и поддерживать контакты с внешней средой при подготовке макета медиапродукта	навыками создания макета медиапроекта учитывая порядок разработки планов издания, графики и нормативно-правовую базу в разных знаковых системах
--	---	--	--	---

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

(для студентов ЗФО)

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			4			
Контактная работа, в том числе:		8,2	8,2			
Аудиторные занятия (всего):						
Занятия лекционного типа		-	-			
Лабораторные занятия		-	-			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		8	8			
Иная контактная работа:		0,2	0,2			
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:		96	96			
Проработка учебного (теоретического) материала		30	30			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		36	36			
Подготовка к текущему контролю		30	30			
Контроль:		3,8	3,8			
Подготовка к экзамену						
Общая трудоёмкость	час.	108	108			
	в том числе контактная работа	8,2	8,2			
	зач. ед	3	3			

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (заочная форма)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов
---	-----------------------------	------------------

		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Фольклорная основа зарождения массовой культуры	32	-	2	-	30
2.	Социально-экономические предпосылки формирования массовой культуры	22	-	2	-	20
3.	Рекламные факторы становления массовой культуры	28	-	2	-	26
4.	Влияние изобразительного искусства на рекламный процесс	22	-	2	-	20
ИТОГО по разделам дисциплины		104	-	8	-	96
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

Не предусмотрены.

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 Отражение социальных мифов в рекламе	Рекламные технологии в концептуализме. Рекламные объекты как «концепты». Симукляр 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». 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
3.	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
4.	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

1.3.3 Лабораторные занятия

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, 2016. — 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, 2016. - 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	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений)	1. Гнедич, П.П. История искусства с древнейших времен [Электронный ресурс] / П.П. Гнедич. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2016. — 500 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/32036/#1. — Загл. с экрана. 2. Мартынов, А. И. Культурогенез : учебник для бакалавриата и магистратуры / А. И. Мартынов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 334 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-04796-7.
		Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов, утверждены учебнометодической комиссией факультета журналистики, протокол № 01-12 от 06.09.2012 г.
3	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, 2016. — 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, 2016. - 208 с.: 70x100 1/16. - (Университетская библиотека Александра Погорельского) ISBN 978-5-91129-066-5 - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=359876 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов, утверждены учебнометодической комиссией факультета журналистики, протокол № 01-12 от 06.09.2012 г.

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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, – в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

При реализации различных видов учебной работы в рамках дисциплины «Медийные стратегии в контексте культуры» используются следующие образовательные технологии: активные и интерактивные формы проведения занятий – фронтальный опрос по тематике предыдущей лекции, творческое задание.

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

4 Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Медийные стратегии в контексте культуры».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме вопросов для устного опроса по теме и материалы для выполнения творческого задания и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

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.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Влияние рекламы на изобразительную культуру	УК-5, ПК-03	Вопросы для устного опроса по теме, разделу	Вопрос на зачете 1-15
2	Реклама и концепция постмодерна	УК-5, ПК-03	Творческое задание	Вопрос на зачете 16-37
3	Отражение социальных мифов в рекламе	УК-5, ПК-03	Вопросы для устного опроса по теме, разделу	Вопрос на зачете 38-52
4	Игровая составляющая массовой культуры и рекламы	УК-5, ПК-03	Творческое задание	Вопрос на зачете 53-65

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		

	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
УК-5, ПК-03	Знает – частично и бессистемно знает отдельные принципы Знает феномен существования различных культур как сложных, саморазвивающихся систем, а также принципы их взаимодействия.	Знает – основные принципы существования различных культур как сложных, саморазвивающихся систем, а также принципы их взаимодействия.	Знает - феномен существования различных культур как сложных, саморазвивающихся систем, а также принципы их взаимодействия.
	Умеет – фрагментарно анализировать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности.	Умеет – анализировать и учитывать отдельные национальные культуры в процессе межкультурного взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности.	Умеет - анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности.
	Владеет – частично владеет практическими навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях межкультурного общения навыками	Владеет – отдельными практическими навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях межкультурного общения навыками	Владеет - практическими навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях межкультурного общения

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы для устного опроса по теме
«Медийные стратегии в контексте культуры»

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.

Код оцениваемой компетенции – УК-5, ПК-03.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Городской фольклор как основа массовой культуры.
2. Массовые зрелища как основа массовой культуры.
3. Проповеди, литургические дамы и мистерии как основа массовой культуры.
4. Карнавальная культура как основа массовой культуры.
5. Лубочные картинки и лубочные книги как основа массовой культуры.
6. Балаганные 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.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

УК-5, ПК-03.

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на экзамене:

Подготовка к экзамену заключается в тщательной проработке студентом учебного материала дисциплины с учетом учебной литературы, лекционного материала и практических занятий.

Экзамен по дисциплине «Медийные стратегии в контексте культуры», проводится по вопросам из списка, которые составлены в полном соответствии с дисциплиной.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:

Критерии оценки по дисциплине
«Медийные стратегии в контексте культуры»

- оценка «отлично» 1). Студент успешно прошел обучение в течение семестра, успешно выполнил все требования текущей аттестации.
 - 2). Даны полные, развернутые ответы на вопросы билета.
 - 3). Показано глубокое знание предмета и умение применять знания при ответе.
 - 4). Ответ изложен логично и последовательно, не требует дополнительных пояснений; безупречно справляется с практическим заданием.
 - 5). Соблюдены нормы культуры речи.
- оценка «хорошо» 1). Студент в целом успешно прошел обучение в течение семестра, в основном успешно выполнил все требования текущей аттестации.
 - 2). Даны систематизированные и последовательные ответы на вопросы билета.
 - 3). Содержание в основном достоверно, но имеются единичные фактические неточности.
 - 4). Допущено 1–2 нарушения последовательности изложения; в целом сильно справляется с практическим заданием.
 - 5). В основном соблюдены нормы культуры речи.
- оценка «удовлетворительно» 1). Студент посредственно прошел обучение в течение семестра.
 - 2). Даны в целом верные, но односторонние или недостаточно полные ответы на вопросы билета.
 - 3). Содержание ответов достоверно в главном, но имеется до 4-х неточностей.
 - 4). Нарушена последовательность изложения ответов, слабо справляется с практическим заданием

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания опроса внеаудиторного индивидуального чтения профессионально-ориентированной литературы:

Форма проведения – устный опрос.

Длительность опроса – 10 минут.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется за: умение извлекать основную, полную и необходимую информацию из литературы, умение читать и понимать тексты по специальности, умение понимать причинно-следственные связи морально-правовых норм в области культуры и профессиональной деятельности, понимать суть рассматриваемой проблемы.
- оценка «не зачтено» выставляется за: неспособность выявить связь между морально-правовыми нормами и профессиональной деятельностью журналиста, отсутствие навыков изучающего, просмотрового и поискового чтения, неумение оперировать профессионально-ориентированной терминологией, отсутствие навыков монологической речи.

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, 2017. - 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, 2017. – 470 с. – Режим доступа:

<https://e.lanbook.com/reader/book/51831/#1> 51831 – Загл. с экрана.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Гнедич, П.П. История искусства с древнейших времен [Электронный ресурс] / П.П. Гнедич. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2016. — 500 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/32036/#1>. — Загл. с экрана. 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>
2. 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.

5.3. Периодические издания:

Не предусмотрены.

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

Процесс самостоятельной работы (СР) по дисциплине (модулю) «Медийные стратегии в контексте культуры» проводится в виде самоподготовки магистрантов по каждому из указанных разделов дисциплины. В процессе самоподготовки происходит проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям. Срок выполнения – в течение семестра. Форма контроля – практическое занятие.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская 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 культуры» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: -

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским 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.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций.

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 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 лицом с ограниченными возможностями здоровья.

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.

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

7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий Не предусмотрен.

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Не предусмотрен.

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
д.

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Наименование учебной аудитории, ее оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО) и оснащенная специализированной мебелью
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное специализированной мебелью
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория, оснащенная специализированной мебелью
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная специализированной мебелью
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационнообразовательную среду университета.