

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра этики, культурологии и связей с общественностью

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 7 от 05 июня 2020 г.
зав. кафедрой Иткулова Л.А.



Согласовано:
Председатель УМК факультета
философии и социологии
Хабибуллина З.Н.



Рабочая программа дисциплины (модуля)

Современная медиакультура в мире глобальных бизнес-коммуникаций

Б1.В.Д.В1.1- Базовая. Вариативная часть. Дисциплины по выбору.

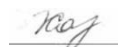
Направление подготовки (специальность)
42.04.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация
магистр

Форма обучения
Заочная

Разработчики (составитель)
к.филос.н., доцент Хасанова Л.Р.



/ Хасанова Л.Р.

Для приема 2020 г.

Уфа – 2020

Составитель: к.филос.н .доцент Хасанова Л.Р./

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 7 от 05.06.2020 г.

зав. кафедрой



/ Иткулова Л.А./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № от «» 20 г. Обновлено список основной и дополнительной литературы, перечень программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины.

зав. кафедрой

/ Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью: протокол № от «» 20 г.: обновлено программное оборудование и список договоров ЭБС.

зав. кафедрой

/ Иткулова Л.А./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	12
<i>4.3. Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)</i>	
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	20
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	20
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	21
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)
	ПК-2- Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;	ПК-2.1. Знаком с теорией и методологией управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры ПК-2.2. Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов компании ПК-2.3. Владеет навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации
	ПК-5- Способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции	ПК-5.1 Знает теоретико-методологические основы проведения научных исследований ПК-5.2 Умеет использовать полученные результаты в практической деятельности ПК-5.3 Владеет навыками написания прогнозных и аналитических справок для внешнего пользования

2.Цель и место учебной дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы.

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Б1.В.Д.В.1.1. вариативная часть, дисциплины по выбору» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры). Целями освоения дисциплины «Медиакультура» являются социокультурная и политическая специфика современных медиа, изучение истории и теории медиа исследований, а также некоторых практик в сфере массовых коммуникаций, роли медиакультуры в формировании системы международных, социокультурных связей и бизнес-коммуникаций. Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ООП бакалавриата по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью: «Международный рекламный менеджмент», «Медиапланирование», «Теория и практика рекламы».

3.Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценок.

Код и формулировка компетенции: ПК-2. Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	ПК-2.1. Знаком с теорией и методологией управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры	Не знает теории и методологии управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры	В целом знает теории и методологии управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры
Второй этап (уровень)	ПК-2.2. Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов компании	Не умеет или не способен организовать работу по построению коммуникационных отделов компании	Умеет системно: организовать работу по построению коммуникационных отделов компании
Третий этап (уровень)	ПК-2.3. Владеет навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации	Не владеет навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации	Успешное и систематическое применение навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации

Код и формулировка компетенции: ПК-5- Способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено

ции	достижения заданного уровня освоения компетенций)		
Первый этап (уровень)	ПК-5.1 Знает теоретико-методологические основы проведения научных исследований	Не знает теоретико-методологические основы проведения научных исследований	В целом знает теоретико-методологические основы проведения научных исследований
Второй этап (уровень)	ПК-5.2 Умеет использовать полученные результаты в практической деятельности	Не умеет или не способен использовать полученные результаты в практической деятельности	Умеет системно: использовать полученные результаты в практической деятельности
Третий этап (уровень)	ПК-5.3 Владеет навыками написания прогнозных и аналитических справок для внешнего пользования	Не владеет навыками написания прогнозных и аналитических справок для внешнего пользования	Успешное и систематическое применение навыками написания прогнозных и аналитических справок для внешнего пользования

Критерии оценки для магистрантов:

«Зачтено» выставляется, если магистрант показал полное, осмысленное, глубокое раскрытие вопроса с опорой на концепции ведущих авторов; смог привести примеры; допустил незначительные фактические неточности; показал хорошее владение понятийно-терминологическим аппаратом; структура ответа четко выстроена, изложение последовательное, уверенное, осознанное.

«Не зачтено» выставляется, если магистрант показал фрагментарное неглубокое раскрытие вопроса; допущены принципиальные неточности; не владение основными понятиями; ответ неуверенный, плохо выстроен.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	Знаком с теорией и методологией управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры	ПК-2.	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы

	Знает теоретико-методологические основы проведения научных исследований	ПК-5.	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы
2-й этап Умения	Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов компании	ПК-2.	устный опрос, доклад
	Умеет использовать полученные результаты в практической деятельности	ПК-5	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад
3-й этап Владеть навыками	Владеет навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации	ПК-2.	устный опрос, доклад, эссе
	Владеет навыками написания прогнозных и аналитических справок для внешнего пользования	ПК-5	устный опрос, проверка конспектов научной и учебной литературы, доклад контрольная работа

ВОПРОСЫ ДЛЯ СЕМИНАРОВ:

Тема 1. Возникновение и эволюция коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции медиакультуры и массовых коммуникаций. Феномен медиакультуры

1. История возникновения и развития массовых коммуникаций.
2. Особенности коммуникаций в социальном организме.
3. Массовые коммуникации как основные каналы маркетинговых коммуникаций. Глобализация информационных процессов.
4. Проблемы обработки массовой информации.
5. Понятие медиакультуры. Предмет медиакультуры.
6. Задачи и функции медиакультуры.

Тема 2. Медиа в обществе

1. Изучение институтов медиа . Основные средства медиа.
2. Представления о функциях медиа в обществе.
3. Структурно-функционалистский подход. Медиа в системе социума: Де Флюэр. Социология медиа Н. Лумана.
4. Критическая теория: интерпретация массовой коммуникации представителями Франкфуртской школы. Медиа и сфера публичного: Ю. Хабермас.

Тема 3. Уровни коммуникаций и медиакультуры

- 1 Основы теории коммуникации.
2. Виды коммуникативных систем.
3. Особенности медиакультуры.
- 4 Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации.

5. Уровни медиакультуры.

6. Семиотический, лингвистический, паралингвистический и синтетический уровни.

Тема 4. Изучение эффектов средств коммуникации

1. Исследования культурных особенностей и возможностей средств коммуникации. В. Беньямин. М. Маклюэн: воздействие средств коммуникации на сообщения.
2. Революционность медиа. Специфика «электрических» средств коммуникации. Концепт «глобальной деревни».
3. Характер медиа в условиях постиндустриального/информационного общества.
4. Э. Тоффлер: «клип-культура». М. Кастельс: сетевое общество. Н. Постман: экспансия развлекательности в медиакультуре..

Тема 5. Критика медиатекстов

1. Структуралистский и семиотический анализ посланий медиа. Р.Барт, У.Эко, Дж. Кавелти. Cultural Studies.
2. Место стереотипа, установки, влияния окружения, прошлого коммуникативного опыта в механизме осуществления коммуникаций.
3. Принципы построения медиа текстов.
4. Способы исследования медийных сообщений. Анализ медийных кодов.

Тема 6. Структурные элементы СМК. Медиакультура и коммуникации

1. Понятие информации. Социально-демографические характеристики аудитории и ее характеристики сознания как фильтры восприятия содержания СМК.
2. Внимание, понимание, освоение и усвоение как основные стадии в процессе потребления информации.
3. Газеты, глянцевого журналы, телевидение, радио и кино как элементы медиакультуры.

Тема 7. Социальность и медиа: сетевое общество

1. Сетевой принцип социальной организации. Надгосударственный характер сетей. Проблематика локальных самоорганизующихся структур.
2. Сообщества в Интернете. Горизонтальные связи, изменение иерархий, создание своих сообществ. Частное пространство в Интернете: личные страницы, форумы, Живой журнал.
3. Проблематика свободы и контроля в медиакультуре.

Тема 8. Влияние медиакультуры на развитие общества

1. Влияние на экономику; реклама как показатель глобализации рыночных процессов. Медиакультура и потребительское поведение.
2. Реклама и медиакультура. Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.
3. Массовая коммуникация в контексте глобализации.
4. Проблема массовости культуры и коммуникации в контексте медиасферы современной техногенной цивилизации.

Вопросы для зачета:

1. Массовая коммуникация и медиакультура.
2. Медиакультура: подходы к определению
3. Средства массовой коммуникации: нормативные модели
4. "Глобальное телевидение" и public sphere
5. Исследовательские подходы к проблеме конструирования реальности в медиакультуре.
6. «Новости» и «реклама».
7. Информационные программы как объект изучения и предмет обсуждения
8. Саморефлексия журналистского сообщества
9. Позитивистское направление в изучении СМК
10. Гипотеза «повестки дня», прикладные (коммерческие) исследования массовой

коммуникации

11. Панорама современных СМК: исследовательские стратегии и повседневный опыт.
12. Телевидение. пресса, радио.
13. Предмет и объект культурологического исследования медиакультуры.
14. Понятие и сущность медиакультуры
15. Возникновение массовой коммуникации: предпосылки и причины.
16. Уровни научных исследований массовых коммуникаций.
17. Зарубежные исследования массовых коммуникаций и медиакультуры.
18. Отечественные исследования массовых коммуникаций и медиакультуры..
19. Марксизм и теория массовых коммуникаций.
20. СМИ в системе массовых коммуникаций и медиакультуры.
21. Виды массовых коммуникаций
22. Особенности СМИ как массовой коммуникации.
23. Понятие идеологии и идеологемы
24. Система массовых коммуникаций и социальное управление.
25. Информация, её виды.
26. Понятие массово-коммуникативного процесса.
27. Массовое сознание и массовые коммуникации
28. Методы информационного воздействия на аудиторию
29. Сущность общественного мнения
30. PR и общественное мнение.
31. Пресса и власть
32. Типы средств массовых коммуникаций.
33. Печать в системе средств массовых коммуникаций.
34. Радио в системе средств массовых коммуникаций
35. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций
36. Интернет в системе средств массовых коммуникаций и массмедиа, его особенности

Критерии оценивания результатов:

В настоящее время проверка качества подготовки магистрантов на зачётах заканчивается выставлением отметок «зачтено» и «не зачтено». Критерии оценки знаний должны устанавливаться в соответствии с требованиями к профессиональной подготовке, исходя из действующих учебных планов и программ, с учётом характера конкретной дисциплины, а также будущей практической деятельности выпускника.

В качестве исходных рекомендуется общие критерии оценок:

Оценка «зачтено» предполагает:

- а) хорошее знание основных терминов и понятий курса; б) хорошее знание и владение методами изучения мифологии; в) последовательное изложение материала курса;
- г) умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов; д) умение использовать фундаментальные понятия из базовых культурологических дисциплин;

Оценка «не зачтено» предполагает:

- а) неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса; б) отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- в) неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов; г) неумение использовать фундаментальные понятия из базовых культурологических дисциплин;

Контрольная работа (текущая аттестация)

В качестве контрольной работы магистрантам предлагается провести исследование актуальной темы по медиакультуре. Контрольная работа состоит из двух частей: а) проведение исследования конкретной проблемы; б) написание аналитической записки по результатам исследования. Контрольная работа проверяет навыки постановки проблемы, разработки концепции, построения гипотезы, составления плана проведения исторического исследования. Обсуждение результатов контрольной работы в форме дискуссии проверяет навыки аргументированного изложения собственной точки зрения, ведение и участие в дискуссии. Представление результатов контрольной работы в виде аналитического отчета формирует аналитические компетенции студента.

Примерные темы контрольной работы:

1. Массовые коммуникации и их роль в социальных процессах и медиакulturе..
2. Исторические предпосылки возникновения систем массовой коммуникации.
3. Массовые коммуникации Античности.
4. Массовые коммуникации средневековой Европы.
5. Массовая культура европейского средневековья.
6. Массовые коммуникации мусульманского Востока.
7. Университетское сообщество Европы средних веков и раннего нового времени в системе массовых коммуникаций своей эпохи.
8. Интернет как специфический канал массовых коммуникаций и медиакulturы.
9. Медиакultura как составная часть содержания массовых коммуникаций.
10. Место и роль массовых коммуникаций в коммуникативном пространстве.
11. Роль массовых коммуникаций и медиакulturы в интеграции общества.
12. Массовые коммуникации и социальное управление.
13. Модели и методы массовых коммуникаций как формы социального управления.
14. Теория партиципаторных массовых коммуникаций.
15. Массовые коммуникации как социальный процесс.
16. Особенности общения и коммуникации в медиакulturе.
17. Информация и её роль в массово-коммуникативном процессе.
18. Методы информационного воздействия на аудиторию.
19. Прагматическое моделирование в массово-коммуникативной деятельности.
20. Факторы эффективности воздействия массовых коммуникаций в медиакulturе.
21. Массовое сознание и его роль в медиакulturе.
22. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
23. Общественное мнение как состояние массового сознания.
24. ПР как способ воздействия и формирования общественного мнения.
25. Факторы эффективности деятельности средств массовых коммуникаций в медиакulturе..
26. Массовая информация как средство деятельности медиакulturы..
27. Публицистика как тип творчества.
28. Массовые коммуникации как социальный институт.
29. Система массовых коммуникаций как форма социального контроля.
30. Понятие четвертой власти в деятельности массовых коммуникаций.

Критерии оценки контрольной работы:

- умение искать и находить необходимую информацию, исходный материал;
- логичность построения хода и результатов выполнения работы;
- качество содержания работы (его соответствие требованиям образовательного модуля);
- качество оформления результатов работы;
- умение использовать дополнительные возможности информационных технологий, специального оборудования и программ;
- умение делать выводы, обобщения, рекомендации для улучшения качества работы.

Описание шкалы оценивания контрольной работы:

- оценки "отлично" заслуживает обучающийся, который провёл всесторонний анализ выбранной темы, обнаруживший глубокое знание методологии исследований, выбранной темы изложивший собранный материал в ясной форме, сформулировавший обоснованные выводы по собранному материалу.

-оценки "хорошо" заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший знание методологии исследования выбранной, сформулировавший основные выводы по материалу;

- оценки "удовлетворительно" заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший частичное знание методологии исследований выбранной темы, сформулировавший выводы по материалу, но допустивший ошибки при выполнении контрольного задания;

- оценка "неудовлетворительно" выставляется обучающемуся, допустивший серьезные принципиальные ошибки при проведении исследования выбранной темы, пробелы в знаниях методов изучения исторического материала. Также данная оценка выставляется, если Студент не предоставил работу.

Эссе (текущая аттестация)

Эссе - это краткая письменная творческая работа студента на определенную тему. Основная цель написания эссе - раскрыть предложенную тему путем приведения различных аргументов (тезисов). Они должны подкрепляться доказательствами и иллюстрироваться всевозможными примерами.

Критерии оценки эссе:

Требования, предъявляемые к эссе

1. Оно должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.
2. Не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия позиции, идеи автора.
3. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.
4. Каждый абзац должен содержать только одну основную мысль.
5. Оно должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.
6. Должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Примерные темы эссе:

1. Исторические предпосылки медиакультуры как общественного явления.
2. Медиакультура в массовом обществе.
3. Бизнес-коммуникации в ситуации зарождения рынка в России.
4. Медиакультура в информационной инфраструктуре России конца XX века.
5. Бизнес-коммуникация как мультипликация ценностей современного общества.
6. Феномен медиакультуры и формирование амплитуды выбора моделей образа жизни.
7. Медиакультура в политическом маркетинге.
8. Реклама в средствах массовой коммуникации: формы сосуществования.
9. Организационные основы управления бизнес-коммуникаций
10. Бизнес-коммуникации как социальная подсистема.

Описание шкалы оценивания эссе:

Эссе оценивается на положительную оценку, если:

1. Четко сформулировано понимание проблемы и ясно выражено отношение к ней автора;
2. Проблема раскрыта на теоретическом (в связях и с обоснованиями) и бытовом уровнях, с корректным использованием или без использования обществоведческих понятий в контексте ответа;
3. Логически соединены в единое повествование термины, понятия, теоретические обобщения, относящиеся к раскрываемой проблеме;
4. Представлена четкая аргументация, доказывающая позицию автора (в виде исторических фактов, современных социальных процессов, конкретных случаев из жизни автора и его близких, статистических данных и т. п.) .

Эссе оценивается отрицательно, если:

1. Не прослеживается собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы;
2. Проблема раскрыта слабо, без использования обществоведческих терминов;
3. Не аргументировано собственное мнение
4. Эссе не предоставлено

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины)

Основная литература:

1. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - Москва : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955>.

2. Кириллова, Наталья Борисовна. Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова .— М. : Академический Проект, 2006 .— 448 с. – 2 экз

Дополнительная литература:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 551 с. : [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (14.04.2019).
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учебное пособие / Г. Вирен. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 127 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457409>
3. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учебное пособие / Г.П. Бакулев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 192 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104042> .

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 114 от 12.11.2014 г.
3. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор № 004 от 19.03.2019 г.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;
- Справочная система «Культура»: <http://vip.1.ru>
- Полнотекстовая база данных «Культура России»: <http://infoculture.rst.ru>
- Портал открытых данных Министерства культуры РФ: <http://opendata.mkrf.ru>
- Базы данных ЮНЕСКО: <http://unesco.org/new/ru/unesco/resoursers/publications/unesdoc-database>
- Федеральный образовательный портал. Социально-гуманитарное и политическое образование. <http://www.humanities.edu.ru/>
- Архив научных журналов издательства <http://iopscience.iop.org/>

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины	Всего часов	
	Для очной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоёмкость дисциплины		72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		20,2
Аудиторная работа (всего):		20,2
Лекции		6
Лабораторные		
Практические занятия		14
Самостоятельная работа обучающихся		47,8
Контрольная работа		4
Вид промежуточной аттестации		зачет

5. Содержание дисциплины

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине **Современная медиакультура в мире глобальных бизнес -коммуникаций** на 3 семестр

Рабочую программу осуществляют:

Лекции: к.ф.н., доцент Хасанова Л.Р.

Практические занятия: к.ф.н., доцент Хасанова Л.Р.

Зачетных единиц трудоемкости (ЗЕТ) 2

Учебных часов: 72

лекций – 6

лабораторных -

практических занятий – 14

самостоятельная работа студентов – 47,8

КСР - 4

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов (лекции, пр. занятия, сем. занятия, лаб.	Количество часов аудиторной работы	Основная и дополнительная литература, рекомендуемая обучающимся (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе с указанием литературы, номеров задач	Количество часов самостоятельной работы	Формы контроля самостоятельной работы (коллоквиумы, контрольные работы, тесты и т.п.)
	2	3	4	5	6	7	8
1.	<p>Модуль 1. Феномен медиакультуры.</p> <p>Тема 1. Возникновение и эволюция коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции медиакультуры и массовых коммуникаций.</p> <p>История возникновения и развития коммуникаций. Особенности коммуникаций в социальном организме. Массовые коммуникации как основные каналы маркетинговых коммуникаций. Глобализация информационных процессов. Проблемы обработки массовой информации. Понятие медиакультуры. Задачи. Функции коммуникаций.</p>	лек/пз	2/2	Осн. 1-3 и доп. литература: 1- 3,4	1. изучение вопросов содержания темы; 2. конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя; 3. проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы.	4	Текущий контроль: 2) проверка конспектов научной и учебной литературы 3) доклады

<p>Тема 2. Медиа в обществе.</p> <p>Изучение институтов медиа. Представления о функциях медиа в обществе. Структурно-функционалистский подход. Медиа в системе социума: Де Флюэр. Социология медиа Н. Лумана.</p> <p>Критическая теория: интерпретация массовой коммуникации представителями Франкфуртской школы. Медиа и сфера публичного: Ю. Хабермас.</p>	2/2	1-3 литра:1-5.	литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) и использование ресурсов Интернет;	4. Выполнение заданий в рабочей тетради	
---	-----	----------------	--	---	--

<p>Тема 3. Уровни коммуникаций и медиакультуры.</p> <p>. Основы теории коммуникации. Виды коммуникативных систем. Особенности медиакультуры.</p> <p>Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации.</p> <p>Уровни медиакультуры: семиотический, лингвистический, паралингвистический, синтетический.</p>	лек/пз	2/2	Осн. 1-4 и доп. литература: 1-4	1. изучение вопросов содержания темы; 2. конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя; 3. проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) и	4	Текущий контроль: 1) опрос 2) проверка конспектов научной и учебной литературы 3) доклады
<p>Тема 4. Изучение эффектов средств коммуникации. Исследования культурных особенностей и возможностей средств коммуникации. В. Беньямин. М. Маклюэн: воздействие средств коммуникации на сообщения. Революционность медиа. Специфика «электрических» средств коммуникации. Концепт «глобальной деревни». Характер медиа в условиях постиндустриального/информационного общества. Э. Тоффлер: «клип-культура». М. Кастельс: сетевое общество. Н. Постман: экспансия развлекательности в</p>		2	Осн. 1-4 и доп. литература: 1-7	1. изучение вопросов содержания темы; 2. конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя; 3. проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая		

	<p>Тема 5. Критика медиатекстов.</p> <p>Структуралистский и семиотический анализ посланий медиа. Р.Барт, У.Эко, Дж. Кавелти. Cultural Studies.</p> <p>Принципы построения медиа текстов. Способы исследования медийных сообщений. Анализ медийных кодов.</p>	лек/пз	2	Осн. 1-3 и доп. литература: 1-3,6	1. изучение вопросов содержания темы; 2. конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя; 3. проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные	3	Текущий контроль: 1) опрос, тест 2) проверка конспектов научной и учебной литературы 3) доклады
--	---	--------	---	--------------------------------------	--	---	--

	<p>Тема 6. Структурные элементы СМК.</p> <p>Понятие информации. Социально-демографические характеристики аудитории и ее характеристики сознания как фильтры восприятия содержания СМК. Внимание, понимание, освоение и усвоение как основные стадии в процессе потребления информации. Газеты, глянцевого журналы, телевидение, радио и кино как элементы медиаккультуры.</p>		2	литра: 1-5	ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.) и использование ресурсов Интернет; 4. Выполнение заданий в рабочей тетради		Текущий контроль: 1) опрос 2) проверка конспектов научной и учебной литературы 3) доклады
2.	<p>Тема 7. Социальность и медиа: сетевое общество.</p> <p>Сетевой принцип социальной организации. Надгосударственный характер сетей. Проблематика локальных самоорганизующихся структур.</p> <p>Сообщества в Интернете. Горизонтальные связи, изменение иерархий, создание своих сообществ. Частное пространство в Интернете: личные страницы, форумы, Живой журнал.</p> <p>Проблематика свободы и контроля в медиаккультуре.</p>	лек/пз	1	Осн. 1-3 и доп. литература: 1-4	1. изучение вопросов содержания темы; 2. конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя; 3. проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные ресурсы (электронные учебники, электронные	3	Текущий контроль: 1) опрос 2) решение и обсуждение задач 3) проверка заданий в рабочей тетради

<p>Тема 8. Влияние медиакультуры на развитие общества Влияние на экономику; интернациональная реклама как показатель глобализации рыночных процессов. Медиакультура и потребительское поведение. Реклама и медиакультура. Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации. Массовая коммуникация в контексте глобализации. Проблема массовости культуры и коммуникации в контексте медиасферы современной техногенной цивилизации.</p>	1	Осн. 1-3 и доп. литература: 1-4	1. изучение вопросов содержания темы; 2. конспектирование основной и дополнительной литературы по указанию преподавателя; 3. проработка конспекта лекций, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные	3	Текущий контроль: 1) опрос 2) решение и обсуждение задач 3) проверка заданий в рабочей тетради
--	---	---------------------------------	---	---	---

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

<p>Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</p>	<p>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</p>	<p>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</p>
<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>5. помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5</p>	<p>Аудитория № 319 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.</p> <p>Аудитория № 316 Учебная мебель, доска</p> <p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска</p> <p>Аудитория № 407 Учебная мебель, доска</p> <p>Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, компьютер (Системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)\8Gb\HDD 1 Tb\DVD-RW\450W\ Win 10 Pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук)).</p> <p>Читальный зал №5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0", 2 GB, Моноблок IRU 502, 21.5", Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Up бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic 114 от 12.11.2014 г.</p> <p>3. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.</p>

<p>(помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>		
---	--	--