

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

**ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

МЕДИАЛОГИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Основы медиалогии
Рабочая программа дисциплины

Составитель:
К.ф.н., доц. Н.Р. Джавршян
Ответственный редактор:
Д.э.н., доц. А.Л. Абаев

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы
№ 6 от 17.03.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины.....	6
Общая трудоёмкость дисциплины составляет <u>3</u> з.е., <u>108</u> академических часа (ов)....	6
3. Содержание дисциплины.....	7
4. Образовательные технологии.....	8
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	9
5.1. Система оценивания.....	9
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	10
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
6.1. Список источников и литературы.....	13
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»..	13
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	15
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	15
9. Методические материалы.....	16
9.1. Планы семинарских/ практических занятий.....	16
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	17
9.3. Иные материалы.....	18
Приложения.....	20
Приложение 1. Аннотация дисциплины.....	20

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – овладение навыками «видеть вещи» (Режис Дебре) под определенным углом зрения медиа дискурса, необходимыми для профессиональной и социально-практической деятельности.

Задачи дисциплины:

- Научить студентов ориентироваться в медиа-теориях
- Применять освоенные концепции при анализе медиа
- Уметь находить применение теоретических конструкций на практическом материале
- Знать основные понятия медиа анализа, мыслить категориями современных медиа и уметь применять для конкретного анализа медиа.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

<i>Компетенция (код и наименование)</i>	<i>Индикаторы компетенций (код и наименование)</i>	<i>Результаты обучения</i>
ПК-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сфер	ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современные концепции, наиболее известные школы, имена медиадискурса XX-XXI вв.; • тезаурус курса: методологические и содержательные понятия медиа; • глоссарий каждого автора, терминологическую специфику каждого медиатеоретика; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области медиалогии, применять знания в практике организации медиаисследований; • видеть различия между разными подходами, сильные и слабые стороны с точки зрения применимости к рекламному дискурсу; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специальной терминологией медиатеории;

		<ul style="list-style-type: none"> • принципами и методами анализа медиа-образов
	<p>ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • принципы, подходы, стратегии и методы медиаанализа; • основополагающие проблемы в области медиалогии, аспекты функционирования медиакультуры в современном обществе; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выделять ключевые понятия в прочитанных текстах, специфику исследовательского аппарата разных авторов-теоретиков медиа; • представлять результаты своей работы в виде анализа рекламного сообщения с точки зрения выбранного медиа; • разрабатывать стратегии анализа рекламы с точки зрения научного направления, школы или отдельного мыслителя; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками критического анализа и синтеза медийной информации

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Управление потребительским поведением», «Методологические проблемы современной науки».

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Бренд-менеджмент», «Продвижение бренда в социальных сетях».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	12
3	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	12
3	Семинары/лабораторные работы	12
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
1	Лекции	4
1	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в медиалогию. Теории медиа. Медиа в современной культуре.

Европейские и англо-американские теории медиа

Теории медиа Режиса Дебре, Ф. Китлера, Бернара Стиглера, В. Флюссера, Н. Лумана, М. Маклюэна

Медиа в современной культуре: возникновение, культурные функции влияние на восприятие реальности

Как исследуют медиакультуру?

Изучение институтов медиа. Представления о функциях медиа в обществе. Структурно-функционалистский подход. Медиа в системе социума: Де Флюэр. Социология медиа Н. Лумана.

Критическая теория: интерпретация массовой коммуникации представителями Франкфуртской школы. Медиа и сфера публичного: Ю. Хабермас.

Раздел 2. Образы Медиа. МедиаОбразы

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 медиа. - Обсуждение исследовательских текстов.

Структуралистский и семиотический анализ посланий медиа. Р.Барт, У.Эко, Дж. Кавелти. Cultural Studies.

Принципы построения медиа текстов. Способы исследования медийных сообщений. Анализ медийных кодов.

Раздел 3. Газеты: Риторика печатных СМИ. Глянцевый журнал как феномен современного общества.

Специфика газеты как средства массовой коммуникации. Язык печатных СМИ. Вербальные и визуальные коды.

Структура новостей в печатной прессе. «Реализм» и проблематика достоверности.

Желтая пресса: особенности стилистики.

Глянцевые журналы для женщин, мужчин, подростков. Особенности структуры, текстов и иллюстративного ряда.

Конструирование и репрезентация образов социокультурных групп в журналах. «Истории» героев глянца.

Раздел 4. Фотография. Киноавангард. Массовое Кино. Радио.

Проблема образа в «теории медиа». Традиционное и современное понимание образа. Различение образа и изображения. Феноменология восприятия М. Мерло-Понти. «Образ по сторону образа» Ж.-Л. Нанси. Деррида о телевидении. Р. Барт и его классическая интерпретация фотографии. Е.Петровская и В.Подорога в «Светлой комнате» Р.Барта. Дискуссии сегодня. Фотография как динамический знак у Розалинды Краус. Синди Шерман в интерпретации Р.Краусс и Е. Петровской.

«Механический балет» Фернана Леже, «Антракт» Рене Клера, «История французского кино» Ж.-Л. Годара, «Андалузский пес» Л. Бунюэля

Кино как средство коммуникации. Языки современного кино.

Способы анализа кинофильма. Жанры, нарративная структура. Дидактика массового фильма.

Радио: специфика медиума; особенности общения с аудиторией. Жанры радиопрограмм; язык коммуникации. Новостные радиопрограммы. Музыкальные FM форматы.

Раздел 5. Телевидение. Реальность и ее интерпретация в новостных программах. Телесериалы. Компьютерные технологии и Интернет.

Формулы и нарративная структура «мыльных опер». Типы сюжетов, персонажей, коллизий. Связь сериалов с культурным контекстом. Удовольствие зрителей: идентификация, «предзнание», включенность в длительное повествование, и т.д. «Мелодраматическое воображение». Ток-шоу на экране: структура программы, ее функции. Представление общества самому себе. Конструирование и репрезентация групп социума. «Габлоидное телевидение» и «трэш-ТВ» как культурные феномены. Анализ фильма «Лицо в толпе» Бадд Шульберга, Элиа Казен

Феномен «новых медиа». Их история в культурном контексте медиа доинформационной эпохи. Сравнительные культурные характеристики цифровых и аналоговых средств коммуникации. История создания и распространения Интернета. Специфика и культурные возможности Интернет-технологий. Особенности социокультурной структуры Сети. Краткая история Рунета. 90-е: русскоязычный сегмент Интернета как «временная автономная зона». Социальные, политические, культурные задачи, возлагаемые на Рунет в 2000-е. Культурная специфика Рунета. Феномен «ЖЖ»: русскоязычная блогосфера. Трансформация сетевых дневников в 2000-е. Анализ авторских стратегий топ-блогеров.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Введение в медиалогию. Теории медиа. Медиа в современной культуре.	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Образы Медиа. МедиаОбразы	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3.	Газеты: Риторика печатных СМИ. Глянцевый журнал как феномен современного общества.	Семинар 3. Самостоятельная работа	Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

4.	Фотография. Киноавангард. Массовое Кино. Радио.	Семинар 4. Самостоятельная работа	Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5.	Телевидение. Реальность и ее интерпретация в новостных программах. Телесериалы. Компьютерные технологии и Интернет.	Семинар 5. Самостоятельная работа	Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	4 балла	40 баллов
- презентация и анализ медиаисточника (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- презентация и анализ медиаисточника (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация Зачет с оценкой		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS	
95 – 100	отлично хорошо удовлетворительно	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82			C
56 – 67			D

50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

ПК-2.1, 2.2

5.3.1. Контрольные вопросы по дисциплине.

1. Введение в медиалогию. Европейские и англоамериканские теории медиа
2. Медиа в современной культуре: возникновение, культурные функции влияние на восприятие реальности
3. Образы Медиа
4. МедиаОбразы
5. Газеты: Риторика печатных СМИ
6. Глянцевый журнал как феномен современного общества: содержание, социальная функция и коммуникативная структура
7. Фотография
8. Киноавангард
9. Массовое Кино
10. Радио
11. Телевидение. Реальность и ее интерпретация в новостных программах
12. Телевидение. Телесериалы: истории без конца
13. Компьютерные технологии и Интернет

5.3.2. Фильмы для анализа и собеседования (один фильм на выбор студента):

1. Американский психопат
2. Бегущий по лезвию
3. Видоизмененный углерод (Сериал)
4. Вся президентская рать

5. Гражданин Кейн
6. Кукольный дом (сериал)
7. Мир дикого запада (Сериал)
8. Народ против Ларри Флинта
9. Никсон
10. Плутводство
11. Профессия: репортер
12. Семейка Джонсов
13. Служба новостей (сериал)
14. Степфордские жены (2004)
15. Телевикторина
16. Теленовости
17. Телесеть
18. Темный город
19. Фаренгейт 9/11
20. Черное зеркало (Сериал)
21. Шоу Трумэна
22. Элитное общество (2013).

5.3.3. Книги для анализа и собеседования (один фильм на выбор студента):

1. Барт Р. Мифологии М.: Академический проект, 2008.
2. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ М.: Вильямс, 2004.
3. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа
4. Вальтер Беньямин. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости
5. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / М.: Канон-пресс, 2000.
6. Дебор Г.Э. Общество спектакля / М.: Логос, 2000.
7. Глик Дж. Информация. История. Теория. Поток. – М.: АСТ, Corpus, 2013 – 576 с.
8. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М.: У-Фактория, 2004.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / под ред. Шкаратана О.И., М.: ГУ-ВШЭ, 2002.
10. Кин Д. Демократия и декаданс медиа
11. Киттлер Ф. Оптические медиа. Берлинские лекции 1999 года. М.: Логос, 2009
12. Крэри Дж. Техники наблюдателя. Видение и современность в XIX веке. V-A-C press, 2014. – 256 с.
- 13.
14. Маккуайр С. Медийный город. Медиа, архитектура и городское пространство
15. Манович Л. Язык новых медиа М., 2018
16. Манович Л. Теории софт-культуры М, 2018
17. Маркузе Г. Одномерный человек / М.: Директмедиа Паблишинг, 2007.
18. Медиа. Введение. Учебник Под ред. Бриггз А., Кобли П.
19. Моретти, Ф. Дальнее чтение [Текст] / пер. с англ. А. Вдовина, О. Собчука, А. Шели. Науч. ред. перевода И. Кушнарева. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2016. – 352 с.
20. Никлас Луманн. Реальность массмедиа
21. Тоффлер Э. Третья Волна М.: Аст, 2004.
22. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / М.: НИУ ВШЭ, 2014.
23. Черных А.И. Медиа и ритуалы. СПб.: Университетская книга, 2012.
24. Черных А.И. Мир современных медиа. М.: Изд. Дом «Территория будущего», 2007.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная:

1. Вольф, Ю. Школа литературного мастерства: от концепции до публикации: рассказы, романы, статьи, нон-фикшн, сценарии, новые медиа / Юрген Вольф. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2016. - 384 с. - ISBN 978-5-91671-320-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/926854>
2. Жилавская, И.В. Медиаобразование молодежи : монография / И. В. Жилавская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : МПГУ, 2018. - 214 с. - ISBN 978-5-4263-0611-0 . - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1021235>
3. Макдональд, Г. Правда: как политики, корпорации и медиа формируют нашу реальность, выставляя факты в выгодном свете / Гектор Макдональд ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 368 с. - ISBN 978-5-96142-138-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1077907>
4. Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. - www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1016659>

Дополнительная:

5. Визуальные искусства в современном художественном и информационном пространстве. Вып. 2 : сборник научных трудов / под ред. А. В. Шункова, Н. С. Поповой, Т. Ю. Казариной. - Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2017. - 378 с. - ISBN 978-5-8154-0327-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1084372>
6. Рокамора, А. Одевая город: Париж, мода и медиа = Fashioning the City. Paris, Fashion and the Media: Монография / Рокамора А., Гусарова К. - Москва :НЛЮ, 2017. - 224 с.: . - (Библиотека журнала "Теория моды")ISBN 978-5-4448-0673-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/977544>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

www.marketologi.ru - сайт Гильдии маркетологов. Публикует только работы по маркетингу членов Гильдии. Есть форум. Всегда можно познакомиться с повесткой дня очередного заседания Гильдии, узнать о ее устремлениях и членстве. Опубликован краткий (1000 терминов) словарь по маркетингу.

www.sostav.ru - сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы. На нем представлены новости маркетинга и ведется содержательный словарь. Содержится большое количество аналитических, исследовательских материалов. Активно ведется форум. Его часто посещают члены Гильдии маркетологов.

www.cfin.ru - сайт "корпоративный менеджмент" интересен для маркетологов, прежде всего тем, что на нем приводятся почти все публикации журналов "Маркетинг в России и за рубежом" и "Практический маркетинг", а также журналов "Секрет фирмы" и "Босс".

www.marketing.spb.ru - сайт, не без оснований имеющий название "Энциклопедия маркетинга". Один из наиболее насыщенных сайтов по маркетинговой проблематике. Есть развитый форум. Широко представлена "Библиотека маркетолога". Много рубрик, интересных и наполненных полноценными текстами. Полезная рубрика "Библиография".

www.4p.ru - сайт электронного журнала по маркетингу. Есть "Магазин исследований" с аннотациями отчетов о них, информация о ряде грядущих семинаров (рубрика "Образование"). Довольно обстоятельные публикации размещены в рубриках "Практика и теория", "Исследования", "Мерчандайзинг" и др. В "Книжной лавке" совместно с издательством "Питер" представлены аннотации нескольких десятков книг по маркетингу. Действует довольно оживленный форум

www.dis.ru - сайт издательской группы "Дело и сервис". Интернет-библиотека по маркетингу в нем базируется на публикациях журнала "Маркетинг в России и за рубежом". Все аккуратно "разобрано" по рубрикам, включая названия статей в свежих номерах. Предлагается рассылка "Все о маркетинге: теория и практика", где анонсируются новые поступления в интернет-библиотеку по маркетингу, размещенную на веб-сайте ИГ "Дело и Сервис".

www.crg.li - сайт исследовательской компании CRG (Capital Research Group), входящей в холдинг "Names". Публикаций немного, в основном по вопросам роли цвета в маркетинговых проектах, но есть глоссарий, включающий короткие определения достаточно большого массива маркетинговых терминов.

www.admarket.ru - сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе. Ежедневно представляются новости рекламного рынка, наиболее значимые с позиции членов клуба. Периодически проводятся и публикуются интервью специалистов рекламного рынка журналистам центральных СМИ. Также здесь можно найти ежемесячные рейтинги ста крупнейших российских рекламодателей (отдельно телевидение, радио и пресса, а также наружная реклама в Москве и России), рейтинги СМИ (данные маркетинговых агентств Gallup Media, Gallup AdFact, "ЭСПАР-Аналитик", "Комкон-Медиа", ROMIR Monitoring).

www.marketer.ru - сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга: исследования, персоналии, статьи, файлы и др. Весьма позитивно то, что материалы сгруппированы по тематике.

forum.gfk.ru - форум компании "Институт маркетинговых исследований ГфК Русь", поименованный "Круглым столом исследователей рынка".

www.vniki.ru - сайт Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института - старейшего в России научного учреждения, имеющего прямое отношение к маркетингу. На сайте можно познакомиться с тематикой проведенных институтом исследований. В открытом доступе находится архив сборников-справочников по внешнеэкономической деятельности, отдельные номера издаваемой газеты БИКИ (Бюллетень иностранной коммерческой информации).

www.analytic-center.ru - сайт "Аналитического центра", где можно подписаться на интересную рассылку «Маркетинговые исследования». Обзоры от ЗАО "Аналитический центр". В архиве выпусков этой рассылки можно найти развернутые рецензии на специальную литературу по маркетингу.

www.outdoor.ru - сайт, посвященный наружной рекламе, можно обнаружить основных участников рынка в различных форматах рекламных щитов, обзоры периодики и каталог ссылок на материалы по наружной рекламе.

www.esomar.org – сайт Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals), поддерживается на английском языке. Каталог публикаций содержит аннотации: серии монографий, ряда международных исследований, информацию о конгрессах и конференциях этой организации.

www.overture.com - поисковый англоязычный сайт содержит директории со ссылками по тематикам рекламы, брендинга, прямого маркетинга, маркетинга событий, Интернет-маркетинга, маркетинговых исследований, анализа и планирования, продвижения, PR, телемаркетинга и др.

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических занятий

Аудиторные занятия проводятся в форме семинаров, практикумов и коллоквиумах с тем, чтобы сочетать теоретические знания, умение работать с исследовательской литературой и информационными ресурсами с выработкой навыков практической экспертизы рекламных продуктов, их систематизации, а также подготовки реальных проектов в области рекламного дела. В ходе проведения семинарских и практических

занятий происходит представление результатов самостоятельной работы, поддерживаются творческие креативные подходы студентов.

Цель практических занятий: направлена на практическое включение студентов в самостоятельную исследовательскую и аналитическую работу, касающуюся основных разделов и тем курса.

В ходе проведения практических занятий студентам предлагается ответить на вопросы по рассматриваемым темам, а также на контрольные вопросы преподавателя по тематике предыдущих семинарских занятий, с целью выяснения степени усвоения пройденного материала.

Задачи, задания и ситуации, решаемые и выполняемые и на семинарах, служат основными направлениями подготовки студентов к умению анализировать литературу, аргументировано излагать свое мнение, вести дискуссию, развивать способности к сбору информации и подготовки докладов и выступлений.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ.

1. Введение в медиалогию. Европейские и англоамериканские теории медиа
2. Медиа в современной культуре: возникновение, культурные функции влияние на восприятие реальности
3. Образы Медиа
4. МедиаОбразы
5. Газеты: Риторика печатных СМИ
6. Глянцевый журнал как феномен современного общества: содержание, социальная функция и коммуникативная структура
7. Фотография
8. Киноавангард
9. Массовое Кино
10. Радио
11. Телевидение. Реальность и ее интерпретация в новостных программах
12. Телевидение. Телесериалы: истории без конца
13. Компьютерные технологии и Интернет

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является самостоятельной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада обучающийся должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;

- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с дисциплиной.

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Темы письменных работ формулируются на основе Примерной тематики, представленной в разделе 5.3. настоящей Рабочей программы.

Предлагаемая обучающимся тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблемам, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с преподавателем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам обучающегося.

Требования к содержанию и структуре текста

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.

9.3. Иные материалы

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Приведенные планы семинарских занятий обозначены так до некоторой меры условно; все приведенные ниже задания предполагают обсуждение в традиционной семинарской форме, на коллоквиумах и в форме диалога с преподавателем. Основная цель этих заданий для самостоятельной работы состоит в том, чтобы содействовать выполнению студентами их выпускных квалификационных проектов, умением применять методологии к анализу рекламы. Соответственно, какая-то часть нижеприведенных заданий предполагает индивидуальную работу студента с преподавателем курса или, в каких-то случаях обсуждение выполненных заданий целесообразно делать в форме коллоквиума или конференции (возможность этого ограничена, однако, величиной группы и количеством отпущенных на курс учебных часов: как показывает практика, на коллоквиумах на каждого выступающего с обсуждением нужно планировать, как минимум, 25-30 минут, а выступление с обоснованием исследовательского проекта не становится профанацией, только если заложить на выступление и дискуссию от 40 минут до часа). Наконец, многими заданиями вполне можно поступиться, если студент принимал активное участие в аудиторной работе или если можно быть в высокой степени уверенным в его исследовательской квалификации. Таким образом, на педантичном выполнении всех предлагаемых ниже заданий целесообразно настаивать в том случае, когда они должны компенсировать недостаточную активность студента или очевидное отсутствие у него исследовательских навыков.

Соотношение предлагаемых заданий для самостоятельной работы с формированием конкретных исследовательских компетенций более подробно прописано в рабочей программе курса. Ниже приводятся краткие комментарии к формам контроля выполнения заданий для самостоятельной работы:

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Дисциплина «Медиалогия» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы.

Цель дисциплины – овладение навыками «видеть вещи» (Режис Дебре) под определенным углом зрения медиа дискурса, необходимыми для профессиональной и социально-практической деятельности.

Задачи дисциплины:

- Научить студентов ориентироваться в медиа-теориях
- Применять освоенные концепции при анализе медиа
- Уметь находить применение теоретических конструкций на практическом материале
- Знать основные понятия медиа анализа, мыслить категориями современных медиа и уметь применять для конкретного анализа медиа

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

ПК-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- современные концепции, наиболее известные школы, имена медиадискурса XX-XXI вв.;
- тезаурус курса: методологические и содержательные понятия медиа;
- глоссарий каждого автора, терминологическую специфику каждого медиатеоретика;
- принципы, подходы, стратегии и методы медиаанализа;
- основополагающие проблемы в области медиалогии, аспекты функционирования медиакультуры в современном обществе;

Уметь:

- самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области медиалогии, применять знания в практике организации медиаисследований;
- видеть различия между разными подходами, сильные и слабые стороны с точки зрения применимости к рекламному дискурсу;
- выделять ключевые понятия в прочитанных текстах, специфику исследовательского аппарата разных авторов-теоретиков медиа;
- представлять результаты своей работы в виде анализа рекламного сообщения с точки зрения выбранного медиа;
- разрабатывать стратегии анализа рекламы с точки зрения научного направления, школы или отдельного мыслителя;

Владеть:

- специальной терминологией медиатеории;
- принципами и методами анализа медиа-образов;
- навыками критического анализа и синтеза медийной информации

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.