

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра технологии, экономики образования и сервиса



Современная медиакультура в глобальных бизнес- коммуникациях

Программа учебной дисциплины

Направление 38.04.02 «Менеджмент»

Магистерская программа «Цифровой бизнес-маркетинг и реклама»

очно-заочная форма обучения

Волгоград
2021

Обсуждена на заседании кафедры технологии, экономики образования и сервиса
« 19 » 02 2021 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой _____ Жадаев Ю.А. « 19 » 02 2021 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института технологии, экономики и
сервиса « 19 » 02 2021 г., протокол № 5

Председатель учёного совета Шохнех А.В. « 19 » 02 2021 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
«29» марта 2021 г., протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Телятникова Виктория Сергеевна, канд. экономических наук, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО "ВГСПУ".

Программа дисциплины «Современная медиакультура в глобальных бизнес-коммуникациях» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (утверждён приказом Министерства науки и высшего образование от 12 августа 2020 г. № 952) и базовому учебному плану по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Цифровой бизнес-маркетинг и реклама»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 29 марта 2021 г., протокол № 6).

1. Цель освоения дисциплины

Заключается в получении обучающимися теоретических и практических знаний о концептуальных подходах в современной медиакультурной коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Современная медиакультура в глобальных бизнес- коммуникациях» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Современная медиакультура в глобальных бизнес-коммуникациях» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе», «Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса», «Маркетинговый анализ и управление категориями», «Медиаарекламный бизнес в условиях цифровизации», «Международный бизнес и предпринимательство», «Менеджмент в инновационной сфере», «Нейромаркетинг», «Правовое регулирование в сфере бизнеса», «Применение искусственного интеллекта в бизнес- маркетинге», «Стратегии брендинга и бренд-менеджмент», «Формирование личного бренда», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Ознакомительная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (УК-1);
- способен к формированию и анализу транснациональных траекторий развития бизнеса в условиях применения альтернативных концепций эффективности управления (анализ и оценка информационного обеспечения бизнеса; использование экспертных и форсайт оценок; анализ интересов целевых аудиторий стейкхолдеров; маркетинговые исследования) (ПКР-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- элементы медиакультуры и ее составные части;
- особенности потребления информации в современном мире;
- систему электронных медиа;

уметь

- определять функции медиакультуры;
- сегментировать информацию;
- проводить типологию СМИ;

владеть

- навыками выработки приемов взаимодействия системы современных электронных масс-медиа и бизнес-сферы;
- современными IT-технологиями;
- структурирования СМИ.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5
Аудиторные занятия (всего)	30	30
В том числе:		
Лекции (Л)	10	10
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	69	69
Контроль	9	9
Вид промежуточной аттестации		ЭК
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Понятие современной медиакультуры и информационное общество	Элементы медиакультуры и ее составные части. Социальные функции медиакультуры. Их трансформация в контексте глобализации и информационного общества. Понятие современного информационного общества. Факторы, определяющие трансформацию общества из постиндустриального в информационное. Характерные признаки информационного общества.
2	Информация и рынок	Особенности потребления информации в современном мире. Специализация информационных потоков. Сегментация аудиторий потребителей деловой информации – сегментация деловой журналистики – сегментация рынков. Фрагментация знания и развитие деловых СМИ.
3	Структура электронных отечественных СМИ	Система современных электронных медиа в России. Типология субъектов вещательной радио- и теледеятельности. Проблемы собственности в сфере СМИ и информационная политика: государственный и частный сектор. Концентрация электронных медиа: федеральный и региональный уровень. Бизнес как дискурс современных медиа.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Понятие современной медиакультуры и информационное общество	2	6	–	20	28

2	Информация и рынок	4	6	–	20	30
3	Структура электронных отечественных СМИ	4	8	–	29	41

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Кириллова, Н. Б. Медиакультура. От модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. — Москва : Академический Проект, 2006. — 453 с. — ISBN 5-8291-0483-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/36407.html>.

2. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 184 с. — ISBN 978-5-7996-1360-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68440.html>.

3. Гришанина-Мошкина, О. В. Экранная риторика как феномен медиаккультуры / О. В. Гришанина-Мошкина. — Челябинск : Челябинский государственный институт культуры, 2016. — 124 с. — ISBN 978-5-94839-542-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120600.html>.

6.2. Дополнительная литература

1. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система / Н. Б. Кириллова. — Москва : Академический Проект, 2008. — 416 с. — ISBN 978-5-8291-0995-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/36410.html>.

2. Дзялошинский, И. М. Российские медиа: проблемы вражды, агрессии, насилия : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 519 с. — ISBN 978-5-4486-0721-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80925.html>.

3. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html>.

4. Чилингир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-0562-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95334.html>.

5. Дзялошинский, И. М. Медиатизация культуры в цифровой цивилизации : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 477 с. — ISBN 978-5-4497-1594-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119113.html>.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотечная система IPRBooks. URL: <http://www.iprbookshop.ru>.
2. Портал электронного обучения ВГСПУ. URL: <http://lms.vspu.ru>.
3. Научная электронная библиотека Elibrary. URL: <http://elibrary.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Современная медиакультура в глобальных бизнес-коммуникациях» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные стандартным набором учебной мебели, учебной доской и стационарным или переносным комплексом мультимедийного презентационного оборудования.

2. Методический, наглядный и раздаточный материал для организации групповой и индивидуальной работы обучающихся.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Современная медиакультура в глобальных бизнес-коммуникациях» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению

описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Современная медиакультура в глобальных бизнес-коммуникациях» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.