

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 17.06.2017 10:01:52

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

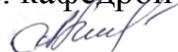
Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы



А.В. Кудинова

Протокол № 15 от «16» июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.12 СОВРЕМЕННАЯ МАССОВАЯ КУЛЬТУРА

Направление подготовки - 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная.

Краснодар
2017

Рабочая программа предназначена для преподавания обязательной дисциплины «Современная массовая культура» вариативной части Блока 1 студентам очной и заочной форм обучения по направлению подготовки Искусства и гуманитарные науки профиль подготовки «Арт-бизнес» в 5 семестре.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2016 г. № 466, зарегистрированным Министерством юстиции РФ 18 мая 2016 г. № 32142 и основной профессиональной образовательной программой.

Рецензенты:

Доктор филологических наук,
профессор кафедры электронных средств
массовой информации и новых медиа
факультета журналистики
Кубанского государственного университета

Сомова Е.Г.

Кандидат культурологии, доцент кафедры
социально-культурной деятельности КГИК

Кондратьева Л.Н.

Составитель: доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК, кандидат культурологии Л.В. Терещенко

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы «16» июня 2017 г., протокол № 15.

Рабочая программа учебной дисциплины «Современная массовая культура» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «30» августа 2017 г., протокол № 1.

© Л.В.Терещенко, 2017

© ФГБОУ ВО «КГИК», 2017

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	4
4. Структура и содержание дисциплины	5
4.1. Структура дисциплины:	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	5
5. Образовательные технологии	15
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	15
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	19
7.1. Основная литература	19
7.2. Дополнительная литература	19
7.3. Периодические издания	19
7.4. Интернет-ресурсы	19
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	19
7.6. Программное обеспечение	25
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	25
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	26

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: изучить феномен массовой культуры в современном мире, представить различные подходы к исследованию массовой культуры, выявить их познавательные возможности и границы, выработать у студентов комплексное понимание массовой культуры как формы организации и трансляции культурных значений и образцов.

Задачи: исследовать становление массовой культуры в эпоху современности, проанализировать ее культурную динамику в XIX-XXI вв.; выявить место и функции массовой культуры в обществе, исследовать основные формы и процессы современной российской и западной культуры; выявить культурную специфику российской массовой культуры.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Современная массовая культура» является обязательной дисциплиной вариативной части Блока 1. Ее освоение базируется на знаниях, полученных в результате освоения студентами таких дисциплин, как: «основы государственной культурной политики РФ», «Основы арт-бизнеса» и др. «Современная массовая культура» - дисциплина, дающая необходимо для последующего освоения знаний по таким дисциплинам, как: «Брендинг в арт-бизнесе», «Современное актуальное искусство», «Экспертный анализ в арт-бизнесе» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности):

А) общекультурных

- готовность к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способность к поиску и анализу информации, постановки цели и выбору путей ее достижения (ОК-1)

Б) общепрофессиональных

- способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1)

- способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

- способность использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОПК-4).

В) профессиональные (ПК):

- способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7);
- способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать: содержание основных категорий массовой культуры; основные направления развития форм массовой культуры во второй половине XIX – XX вв.; свободно ориентироваться в основных направлениях изучения массовой культуры.

Уметь: аргументировано представлять освоенное знание; занять аналитическую позицию в отношении феноменов массовой культуры; применять современные подходы к анализу феноменов массовой культуры; формулировать направления проектной работы в сфере массовой культуры.

Владеть: понятийным аппаратом дисциплины; современными методами изучения массовой культуры; навыками теоретического анализа и историко-типологического осмысления конкретных явлений и практик массовой культуры; техниками анализа текстов массовой культуры; базовыми навыками культурного проектирования.

Приобрести опыт деятельности: изучения и анализа проявлений современной массовой культуры.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет ___2___ зачетных единицы (72 часа).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	К	СР	
1.	Современная массовая культура	5	1-18	18	18		36	9 неделя –опрос 18 неделя - зачет
	ИТОГО			18	18		36	72 ч. Зачет

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по

	дисциплины		Л	ПЗ	К	СР	<i>семестрам)</i>
1	Современная массовая культура	3	4	6	4	58	Зачет
	ИТОГО		4	6	6	58	72 ч. Зачет

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
<u>__5__ семестр</u>			
Тема 1. <u>Предмет дисциплины «Современная массовая культура»</u>	<u>Лекции:</u> Тема 1. Предмет «Массовой культуры» Понятие и сущность массовой культуры. Проблема возникновения массового общества и массовой культуры. Трансформация форм и процессов массовой культуры на протяжении XIX-XXI вв. «Высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура: объем и соотношение понятий. Массовая культура и субкультуры. Массовая культура в современном – глобальном, постиндустриальном, информационном мире.	2	<i>ОК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ПК-7 ПК-9</i>

	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> Семинар 1. Потребление и мода Постиндустриализм и общество потребления. Идеологии потребления в текстах массовой культуры. Исследования потребления в культуре: массовое потребление и медиа. Феномен моды в современной культуре. Функции и задачи моды и системе общества. Структуры высокой и массовой моды, коммуникации с потребителями. Социокультурное значение шопинга. Культурная семантика шопинг-центра <u>Задания:</u> А) Подберите и проанализируйте истории о потреблении в телевизионных программах, кино, Интернете (на выбор). Как в этих текстах связаны «стили жизни», «идентичности» и практики потребления? Б) Подберите и проанализируйте структуру и тексты модного журнала: что значит «быть модным»? Как конструируется «модный образец»? Какие значения и идеологии он транслирует?</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.</p>	6	
<p>Тема 2. <u>Теории и методы анализа феноменов массовой культуры</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Критика массовой культуры в XIX- н. XX в. Подходы к изучению «культуры масс» в XIX - первой трети XX в. Интеллектуальные, политические, социокультурные контексты. Ключевые понятия для анализа форм массовой культуры: «толпа», «общество масс», «тирания большинства» и «демократия». Массовое общество и культура в работах представителей «Франкфуртской школы»: «Диалектика Просвещения» Т. Адорно и М. Хоркхаймера, понятия культуриндустрии и культурного производства. Традиции критики культуриндустрии: «Общество спектакля» Ги Дебора. Семиотический подход к изучению массовой культуры, 1950-1960-е гг. Способы изучения феноменов массовой культуры в работах Р.Барта.</p>	4	<p><i>ОК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ПК-7 ПК-9</i></p>
	<p><u>Практические занятия</u> Семинар. Социология массовой литературы. Вопросы: 1. Назначение и характерные черты популярной литературы. 2. «Формульные жанры» в массовой культуре. Концепция Дж. Кавелти. Роль формулы и клише для построения текста.</p>	2	

	<p>3. «Cultural Studies» как направление исследований массовой культуры.</p> <p>4. Проблема репрезентации и активность читателя.</p> <p>5. Постиндустриальное, информационное общество и массовая культура. «Nobrow culture», Дж. Сибрук.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.</p>	6	
<p>Тема 3. <u>Массовая культура рубежа XX-XXI вв.</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Массовая культура в эпоху постмодерна и информационного общества, 1990 – 2000-е. в России и на Западе. Диверсификация и «демассовизация» массовой культуры. Размывание границ высокой и массовой культуры. Экспансия коммерческой культуры и развлечений; феномен омассовления. Присвоение и ресемантизация классики в массовой культуре. Роль глобальных медиа для трансляции форм массовой культуры. Культура массовых зрелищ. Всеобщая мобильность и изменение представлений о мире. Глобальный, массовый, индивидуальный туризм. «Производство мест», страна как зрелище. Глобальные и локальные «массовые события», концепция Дж. Урри.</p>	2	<p><i>ОК-1</i> <i>ОПК-1</i> <i>ОПК-2</i> <i>ОПК-4</i> <i>ПК-7</i> <i>ПК-9</i></p>
	<p><u>Практические занятия. Семинар. Вопросы:</u></p> <p>1. Профессиональный спорт в системе массовой культуры.</p> <p>2. Феномен гламура и культура глянцевого журнала: продвижение образов и стилей жизни.</p> <p>3. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов.</p> <p>4. Специфика российской массовой культуры 2000-х гг. Тривиальная литература: культурные особенности «мужских» и «женских» романов. Феномен иронического детектива, ретро-детектива.</p> <p>5. Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н. XXI в.</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Подготовка к семинарскому занятию, работа с источниками.</p>	6	
<p>Тема 4. <u>Уровни массовой культуры: китч, мидкульт, арт.</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Направления массовой культуры, которые определяют качество и содержательный уровень ее произведений, ее структуру. Китч – упрощенность по всем параметрам. Психология повседневности. Насилие во всех видах и проявлениях. Увлечение потусторонними силами. "Средняя" культура – мидкульт. Двойственный характер. Основные черты и ценности мидкульт. мода на популярную науку,</p>	4	<p><i>ОК-1</i> <i>ОПК-1</i> <i>ОПК-2</i> <i>ОПК-4</i> <i>ПК-7</i> <i>ПК-9</i></p>

	спорт, литературу. Артизированной культура (арт). Процесс эстетизации массовой культуры. Поп-арт (Л.Элоуэй). Художественные ценности поп-арта и его достижения. Сравнение продуктов китча, мидкульта и арта.		
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Семинар 1. Риторика рекламного образа. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления. Порождение культурного значения, формирование культурной нормы. Вербальная, визуальная структура рекламного текста. Языки рекламы. Риторика потребления и соблазна, свободы, самореализации. Гендерный анализ рекламы. <i>Задание:</i> Подберите и проанализируйте телевизионные рекламные ролики: их герои, образы, мифы, идеологии, значения.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарному занятию. Изучение источников, подбор примеров.	6	
<u>Тема 5. Функции массовой культуры в современном обществе</u>	<u>Лекции:</u> Рекламно-коммерческая функция. Обеспечение социализации и витальности человека в условиях изменчивости социальной сферы. Представления о стиле поведения, образе жизни, карьере. Механизмы массовой культуры, мода, реклама (В.Бенджамен). Мода – законодатель вкусов и образов поведения. Молодежный индивидуализм. Иллюзия мира вещей. Союз рекламы и массовой культуры – закон функционирования потребительского общества. Реклама как жанр массовой культуры (Уилсон Ки). Эстетическая, познавательная, развлекательная и психологическая функция массовой культуры.	2	<i>ОК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ПК-7 ПК-9</i>
	<u>Практические занятия:</u> Семинар 1. Психологическая функция массовой культуры. Вопросы: 1. Универсальные психологические механизмы восприятия. 2. Структура восприятия произведений массовой культуры. 3. Система имиджей в массовом сознании (Д.Тербер). 4. Формирование потребительской психологии, некритического пассивного сознания. 5. Культовое поклонение. 6. Создание мира отличного от реальности. 7. Удовлетворение потребности мечтать. 8. Глобальное средство психотерапии.	4	

	<p>9. Антигуманизм массовой культуры. Семинар 2. Познавательная функция массовой культуры. Вопросы: 1. Познавательность видеопродукции, телевидения. Аудитория телевидения и видео. 2. Средство адаптации человека к современному потребительскому обществу. 3. Популярная наука, оккультные знания. 4. Манипулятивная психотехника. Семинар 3. Развлекательная функция массовой культуры. Вопросы: 1. Рекреация. Развлекательные жанры (поп-музыка, комедия, детектив, зрелищный спорт). 2. Восприятие произведений массовой культуры. 3. Стереотипы массовой культуры. 4. Тенденция к стандартизации. 5. Удовлетворение различных склонностей. 6. Идеалы и авторитеты. Общественное мнение Семинар 4. Эстетическая функция. Вопросы: 1. Создание форм, претендующих на вытеснение высоко художественных произведений. 2. Комплекс эстетических принципов. 3. Формирование вкусов и запросов у потребителей. 4. Добро и Зло и произведениях массового искусства. 5. Моральная значимость и ценность продукции массовой культуры. Культ оптимизма. 6. Эстетический аспект массовой культуры в показе красивых героев, модная привлекательность одежды.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарским занятиям, работа с источниками.</p>	6	
<p>Тема 6. <u>Интерпретации феноменов современной массовой культуры</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Реклама как феномен современной культуры. Культура зрелищ и "цивилизация картинок". Трансформации тела в спортивных шоу. Телевидение: особенности культуры "электронной среды". Демократия и беспокойство: теория заговора в поп-культуре. Виртуальность, интернет и конструирование идентичности. Представление "другого" в текстах массовой культуры.</p>	4	<p><i>ОК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ПК-7 ПК-9</i></p>
	<p><u>Практические занятия:</u> Семинар 2. Анализ нарратива: истории о «звездах» Какие истории рассказывают тексты массовой культуры? Назначение и роли «звезд» в современной культуре. Знаменитости, индустрия развлечений и культура потребления: практики кобрендинга. Истории успеха «звезды» на Западе и в России.</p>	2	

	Задание: Подберите и проанализируйте истории о знаменитостях в журналах: обратите внимание на то, как репрезентированы герои, образы, идеологии; истории успеха.		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Работа с литературой, подготовка к семинару	6	
Вид итогового контроля – зачет			
ВСЕГО:		72/2	

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
__5__ семестр			
Тема 1. <u>Предмет дисциплины «Современная массовая культура»</u>	<u>Лекции:</u> Тема 1. Предмет «Массовой культуры» Понятие и сущность массовой культуры. Проблема возникновения массового общества и массовой культуры. Трансформация форм и процессов массовой культуры на протяжении XIX-XXI вв. «Высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура: объем и соотношение понятий. Массовая культура и субкультуры. Массовая культура в современном – глобальном, постиндустриальном, информационном мире.	1	<i>ОК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ПК-7 ПК-9</i>

	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> Семинар 1. Потребление и мода Постиндустриализм и общество потребления. Идеологии потребления в текстах массовой культуры. Исследования потребления в культуре: массовое потребление и медиа. Феномен моды в современной культуре. Функции и задачи моды и системе общества. Структуры высокой и массовой моды, коммуникации с потребителями. Социокультурное значение шопинга. Культурная семантика шопинг-центра <u>Задания:</u> А) Подберите и проанализируйте истории о потреблении в телевизионных программах, кино, Интернете (на выбор). Как в этих текстах связаны «стили жизни», «идентичности» и практики потребления? Б) Подберите и проанализируйте структуру и тексты модного журнала: что значит «быть модным»? Как конструируется «модный образец»? Какие значения и идеологии он транслирует?</p>	1	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.</p>	10	
<p>Тема 2. <u>Теории и методы анализа феноменов массовой культуры</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Критика массовой культуры в XIX- н. XX в. Подходы к изучению «культуры масс» в XIX - первой трети XX в. Интеллектуальные, политические, социокультурные контексты. Ключевые понятия для анализа форм массовой культуры: «толпа», «общество масс», «тирания большинства» и «демократия». Массовое общество и культура в работах представителей «Франкфуртской школы»: «Диалектика Просвещения» Т. Адорно и М. Хоркхаймера, понятия культуриндустрии и культурного производства. Традиции критики культуриндустрии: «Общество спектакля» Ги Дебора. Семиотический подход к изучению массовой культуры, 1950-1960-е гг. Способы изучения феноменов массовой культуры в работах Р.Барта.</p>	1	<p>ОК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ПК-7 ПК-9</p>
	<p><u>Практические занятия</u> Семинар. Социология массовой литературы. Вопросы: 1. Назначение и характерные черты популярной литературы. 2. «Формульные жанры» в массовой культуре. Концепция Дж. Кавелти. Роль формулы и клише для построения текста.</p>	1	

	<p>3. «Cultural Studies» как направление исследований массовой культуры.</p> <p>4. Проблема репрезентации и активность читателя.</p> <p>5. Постиндустриальное, информационное общество и массовая культура. «Nobrow culture», Дж. Сибрук.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.</p>	10	
<p>Тема 3. <u>Массовая культура рубежа XX-XXI вв.</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Массовая культура в эпоху постмодерна и информационного общества, 1990 – 2000-е. в России и на Западе. Диверсификация и «демассовизация» массовой культуры. Размывание границ высокой и массовой культуры. Экспансия коммерческой культуры и развлечений; феномен омассовления. Присвоение и ресемантизация классики в массовой культуре. Роль глобальных медиа для трансляции форм массовой культуры. Культура массовых зрелищ. Всеобщая мобильность и изменение представлений о мире. Глобальный, массовый, индивидуальный туризм. «Производство мест», страна как зрелище. Глобальные и локальные «массовые события», концепция Дж. Урри.</p>	0,5	<p><i>ОК-1</i> <i>ОПК-1</i> <i>ОПК-2</i> <i>ОПК-4</i> <i>ПК-7</i> <i>ПК-9</i></p>
	<p><u>Практические занятия. Семинар. Вопросы:</u></p> <p>1. Профессиональный спорт в системе массовой культуры.</p> <p>2. Феномен гламура и культура глянцевого журналов: продвижение образов и стилей жизни.</p> <p>3. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов.</p> <p>4. Специфика российской массовой культуры 2000-х гг. Тривиальная литература: культурные особенности «мужских» и «женских» романов. Феномен иронического детектива, ретро-детектива.</p> <p>5. Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н. XXI в.</p>	1	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Подготовка к семинарскому занятию, работа с источниками.</p>	10	
<p>Тема 4. <u>Уровни массовой культуры: китч, мидкульт, арт.</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Направления массовой культуры, которые определяют качество и содержательный уровень ее произведений, ее структуру. Китч – упрощенность по всем параметрам. Психология повседневности. Насилие во всех видах и проявлениях. Увлечение потусторонними силами. "Средняя" культура – мидкульт. Двойственный характер. Основные черты и ценности мидкульт. Мода на популярную науку,</p>	0,5	<p><i>ОК-1</i> <i>ОПК-1</i> <i>ОПК-2</i> <i>ОПК-4</i> <i>ПК-7</i> <i>ПК-9</i></p>

	спорт, литературу. Артизированной культура (арт). Процесс эстетизации массовой культуры. Поп-арт (Л.Элоуэй). Художественные ценности поп-арта и его достижения. Сравнение продуктов китча, мидкульта и арта.		
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Семинар 1. Риторика рекламного образа. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления. Порождение культурного значения, формирование культурной нормы. Вербальная, визуальная структура рекламного текста. Языки рекламы. Риторика потребления и соблазна, свободы, самореализации. Гендерный анализ рекламы. <i>Задание:</i> Подберите и проанализируйте телевизионные рекламные ролики: их герои, образы, мифы, идеологии, значения. Семинар 2. Анализ нарратива: истории о «звездах» Какие истории рассказывают тексты массовой культуры? Назначение и роли «звезд» в современной культуре. Знаменитости, индустрия развлечений и культура потребления: практики кобрендинга. Истории успеха «звезды» на Западе и в России. <i>Задание:</i> Подберите и проанализируйте истории о знаменитостях в журналах: обратите внимание на то, как репрезентированы герои, образы, идеологии; истории успеха.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию. Изучение источников, подбор примеров.	10	
<u>Тема 5. Функции массовой культуры в современном обществе</u>	<u>Лекции:</u> Рекламно-коммерческая функция. Обеспечение социализации и витальности человека в условиях изменчивости социальной сферы. Представления о стиле поведения, образе жизни, карьере. Механизмы массовой культуры, мода, реклама (В.Бенджамен). Мода – законодатель вкусов и образов поведения. Молодежный индивидуализм. Иллюзия мира вещей. Союз рекламы и массовой культуры – закон функционирования потребительского общества. Реклама как жанр массовой культуры (Уилсон Ки). Эстетическая, познавательная, развлекательная и психологическая функция массовой культуры.	0,5	ОК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ПК-7 ПК-9
	<u>Практические занятия:</u> Семинар 1. Психологическая функция массовой культуры. Вопросы: 1. Универсальные психологические механизмы	1	

	<p>восприятия.</p> <p>2. Структура восприятия произведений массовой культуры.</p> <p>3. Система имиджей в массовом сознании (Д.Тербер).</p> <p>4. Формирование потребительской психологии, некритического пассивного сознания.</p> <p>5. Культурное поклонение.</p> <p>6. Создание мира отличного от реальности.</p> <p>7. Удовлетворение потребности мечтать.</p> <p>8. Глобальное средство психотерапии.</p> <p>9. Антигуманизм массовой культуры.</p> <p>Семинар 2. Познавательная функция массовой культуры. Вопросы:</p> <p>1. Познавательность видеопродукции, телевидения. Аудитория телевидения и видео.</p> <p>2. Средство адаптации человека к современному потребительскому обществу.</p> <p>3. Популярная наука, оккультные знания.</p> <p>4. Манипулятивная психотехника.</p> <p>Семинар 3. Развлекательная функция массовой культуры. Вопросы:</p> <p>1. Рекреация. Развлекательные жанры (поп-музыка, комедия, детектив, зрелищный спорт).</p> <p>2. Восприятие произведений массовой культуры.</p> <p>3. Стереотипы массовой культуры.</p> <p>4. Тенденция к стандартизации.</p> <p>5. Удовлетворение различных склонностей.</p> <p>6. Идеалы и авторитеты. Общественное мнение</p> <p>Семинар 4. Эстетическая функция. Вопросы:</p> <p>1. Создание форм, претендующих на вытеснение высоко художественных произведений.</p> <p>2. Комплекс эстетических принципов.</p> <p>3. Формирование вкусов и запросов у потребителей.</p> <p>4. Добро и Зло и произведениях массового искусства.</p> <p>5. Моральная значимость и ценность продукции массовой культуры. Культ оптимизма.</p> <p>6. Эстетический аспект массовой культуры в показе красивых героев, модная привлекательность одежды.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа:</u></p> <p>Подготовка к семинарским занятиям, работа с источниками.</p>	10	
<p>Тема 6. <u>Интерпретации феноменов современной массовой культуры</u></p>	<p><u>Лекции:</u> Реклама как феномен современной культуры. Культура зрелищ и "цивилизация картинок". Трансформации тела в спортивных шоу. Телевидение: особенности культуры "электронной среды". Демократия и беспокойство: теория</p>	0,5	<p>ОК-1 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-4 ПК-7</p>

	заговора в поп-культуре. Виртуальность, интернет и конструирование идентичности. Представление "другого" в текстах массовой культуры.		ПК-9
	<u>Практические занятия: Подготовка и защита выступлений</u>	1	
	<u>Самостоятельная работа: Подготовка к практическому занятию.</u>	8	
Вид итогового контроля –зачет			
		ВСЕГО:	72/2

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Дисциплина «Современная массовая культура» включает следующие виды образовательных технологий:

Лекции

Цель лекционных занятий – систематизации и обобщение теоретических концепций, осмысливающих проблемы современной массовой культуры. Эта форма образовательной технологии продолжает академическую традицию российского высшего профессионального образования и включает такие инновационные формы подачи материала, как презентации.

Активные формы занятий

Семинары – закрепляют теоретические знания, формируют умение классифицировать по степени надежности и представительности информацию о проблемах массовой культуры.

Доля активных форм занятий в структуре курса составляет 41 % аудиторных занятий.

Интерактивные формы занятий

Дискуссии – формируют умение корректно интерпретировать и критиковать сведения, полученные в результате работы с литературой или в результате проведенного исследования; помогают овладеть понятийным аппаратом курса.

Разбор конкретных ситуаций – направлен на формирование навыков представления и презентации результатов самостоятельной подготовки к семинарскому занятию, а также закрепляет навыки аргументированного изложения собственной позиции.

Работа в мини-группах (тройках и парах) – формирует навыки командной работы.

Лекционные занятия составляют 18 часов, т.е. 50 % аудиторных занятий.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- Устный опрос
- Заслушивание докладов

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих

оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- Устные ответы
- Оценка презентаций

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Как соотносятся понятия «высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура?
2. Каковы основные задачи и функции массовой культуры в обществе Современности?
3. Раскройте понятие «культуриндустрия» в работе «Диалектика Просвящения» Т. Адорно и М. Хоркхаймера.
4. Как в рамках семиотического подхода изучаются формы массовой культуры?
5. Охарактеризуйте ключевые понятия «Cultural studies», применяемые для анализа массовой культуры.
6. Каковы основные черты европейской массовой культуры между двумя мировыми войнами?
7. Как изменялись формы молодежной культуры в 1950-е гг. в Америке и СССР?
8. Как изучаются формульные произведения?
9. Какова роль гендерных исследований 1970-80-х гг. для изучения массовой культуры?
10. Как изучаются практики современного потребления?
11. Каковы функции «звезд» в современной культуре?
12. Какова роль постколониальных и мультикультурных исследований 1970-90-х гг. для изучения массовой культуры?
13. Каковы основные черты советской массовой культуры 1970-80-х гг.?
14. Как исследуются телевизионные сериалы в 1990-2000-е гг.?
15. Как соотносятся субкультурные формы и процессы и массовая культура?
16. Какое влияние оказывает рынок на тривиальную литературу (на примере российской культуры 2000-х)?
17. Как изучаются глобальные спортивные шоу?
18. Каковы специфические черты постсоветской массовой культуры 1990-х?
19. Раскройте смысл понятия «Nowbrow culture» (Дж. Сибрук).
20. Как изменяются формы массовой культуры в условиях постиндустриального информационного общества?

6.2.2. Тематика докладов и презентаций

1. Понятие массовой культуры в трудах представителей Франкфуртской школы.
2. Исследование массовой культуры в Великобритании в 1950-е годы:
Р. Уильямс и Р. Хоггарт.

3. Теории и подходы современных «Cultural studies» для анализа массовой культуры.
4. Исследования массовой культуры в работах Ж.Бодрийера.
5. Культура потребления в 1900-1910-е гг.
6. «Пригородная мечта»: массовая культура в США 1950-х гг.
7. Современные подходы к исследованию тривиальной литературы: понятие о формульном повествовании.
8. Феномен моды в современной культуре.
9. Способы изучения массовой культуры в работах Р.Барта.
10. Гендерный анализ телевизионной рекламы.
11. Репрезентация «другого» в американских телесериалах 1980-х гг.
12. Образы и идеологии в комиксах о супергероях: 1930-е и 1990-е гг.
13. Культурная специфика российской массовой литературы 2000-х гг.
14. Феномен глобального туризма в современной культуре.
15. Культурная специфика российских телесериалов 2000-х гг.
16. Спортивное шоу как глобальное медиасобытие.
17. Массовое кино в условиях новых цифровых технологий.
18. «Классика» в современной популярной музыке.
19. Культура «звезд» и знаменитостей в 2000-е гг.
20. Феномен гламура и культура глянцевого журналов.

6.2.3. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Понятие и сущность массовой культуры.
2. Проблема возникновения массового общества и массовой культуры.
3. Трансформация форм и процессов массовой культуры на протяжении XIX-XXI вв.
4. «Высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура: объем и соотношение понятий.
5. Массовая культура и субкультуры.
6. Массовая культура в современном – глобальном, постиндустриальном, информационном мире.
7. Постиндустриализм и общество потребления. Идеологии потребления в текстах массовой культуры.
8. Исследования потребления в культуре: массовое потребление и медиа.
9. Феномен моды в современной культуре. Функции и задачи моды и системе общества.
10. Структуры высокой и массовой моды, коммуникации с потребителями.
11. Социокультурное значение шопинга. Культурная семантика шопинг-центра.
12. Подходы к изучению «культуры масс» в XIX - первой трети XX в.
13. Ключевые понятия для анализа форм массовой культуры: «толпа», «общество масс», «тирания большинства» и «демократия».
14. Традиции критики культуриндустрии: «Общество спектакля» Ги Дебора.

15. Экспансия коммерческой культуры и развлечений; феномен омассовления.
16. Присвоение и ресемантизация классики в массовой культуре.
17. Роль глобальных медиа для трансляции форм массовой культуры.
18. Культура массовых зрелищ.
19. Глобальный, массовый, индивидуальный туризм. «Производство мест», страна как зрелище.
20. Глобальные и локальные «массовые события», концепция Дж. Урри.
21. Профессиональный спорт в системе массовой культуры.
22. Феномен гламура и культура глянцевого журнала: продвижение образов и стилей жизни.
23. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов.
24. Тривиальная литература: культурные особенности «мужских» и «женских» романов. Феномен иронического детектива, ретро-детектива.
25. Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н. XXI в.
26. Китч, мидкульт, арт – характеристика понятий.
27. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления.
28. Знаменитости, индустрия развлечений и культура потребления: практики кобрендинга.
29. Механизмы массовой культуры, мода, реклама.
30. Психологическая функция массовой культуры.
31. Познавательная функция массовой культуры.
32. Развлекательная функция массовой культуры.
33. Эстетическая функция массовой культуры.
34. Моральная значимость и ценность продукции массовой культуры. Культ оптимизма.
35. Реклама как феномен современной культуры.
36. Культура зрелищ и "цивилизация картинок".
37. Трансформации тела в спортивных шоу.
38. Телевидение: особенности культуры "электронной среды".
39. Виртуальность, интернет и конструирование идентичности.
40. Представление "другого" в текстах массовой культуры.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Лях, В.И. Культурология искусства: теория и история искусства : лекции и методический инструментальный учебный курс; учеб. пособ. / В. И. Лях ; В.И. Лях, Л.А. Полторацкая. - Краснодар, 2009. - 442 с.

2. Культурология [Текст] : учебник для бакалавров: [гриф МО] / под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана . - М. : Юрайт, 2012. - 576 с. - (Бакалавр). - ISBN 978-5-9916-1493-1

7.2. Дополнительная литература

1. Садохин, А.П. Культурология: теория культуры : учебное пособие / А.П. Садохин, Т.Г. Грушевицкая. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 365 с.
2. Багновская, Н.М. Культурология : учебник / Н.М. Багновская. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 420 с.
3. Сибирцева, Ю.А. Теория культуры: основные категории и концепции : учебное пособие / Ю.А. Сибирцева ; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова», Министерство образования и науки Российской Федерации. - Архангельск : ИПЦ САФУ, 2013. - 132 с.

7.3. Периодические издания

1. *Искусство*
2. *Культурология: Дайджест. Аналитическая информация*

7.4. Интернет-ресурсы

1. <http://www.mmoma.ru> – Московский музей современного искусства
2. <http://artnow.ru/>
3. <http://artandyou.ru>
4. <http://www.artrussia.ru>
5. <http://www.artinfo.ru>

7.5 Методические указания и материалы по видам занятий

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-

исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;

- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания к выполнению реферативной работы

Реферат - краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привития студентам навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа учащегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию. Тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).

3. Составление библиографии.

4. Обработка и систематизация информации.

5. Разработка плана реферата.

6. Написание реферата.

7. Публичное выступление с результатами исследования.

На семинарском занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.)

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы, обоснование выбранной темы, использование известных результатов и фактов, полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

План реферата должен включать в себя: введение, основной текст и заключение.

Во введении аргументируется актуальность выбранной темы, указываются цели и задачи исследования. В нем же можно отразить методику исследования и структуру работы.

Основная часть работы предполагает освещение материала в соответствии с планом. Основной текст желательно разбивать на главы и параграфы.

В заключении излагаются основные выводы и рекомендации по теме исследования.

Критерии оценки реферата:

- знание и понимание проблемы;
- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно формулировать выводы;
- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);
- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала, недопустимость прямого плагиата;
- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

2. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить обсуждение.

7. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

8. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

9. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. В докладе необходимо: сообщать новую информацию, использовать технические средства, знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара), уметь дискутировать и быстро

отвечать на вопросы, четко выполнять установленный регламент, иметь представление о композиционной структуре доклада.

Выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название презентации (доклада), сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций

Кейс (в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

Типы кейсов:

- *Структурированный (highly structured) кейс*, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
- *Маленькие наброски (short vignettes)* содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
- *Большие неструктурированные кейсы (long unstructured cases)* объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.
2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____.
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

_____ (наименование)

Протокол № _____ от «___» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)
(дата)

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)
(дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____/_____
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.)
(дата)