

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:02:14

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd46c8a2f58486412a1c8ef6e

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	Медиа-рекламная картина мира
Краткое содержание	Теоретико-методологические подходы к исследованию медиа-рекламной картины мира как инновационного рекламно-информационного пространства. СМИ и реклама как взаимодействующие социокультурные информационно-моделирующие системы. Реклама, пропаганда, агитация как манипулятивные механизмы социума и СМИ: истоки и реалии взаимопересечения. Медиа-рекламная картина мира как специфическая информационно-суггестивная структура в системе современных СМИ: онтология, гносеология, аксиология. Когнитивно-семантические, семиотические и сущностные основания медиа-рекламной картины мира. Семиотические основания и семиозис рекламы. Иконические, индексальные, символические знаки в рекламе. Основные принципы моделирования медиа-рекламной картины мира. Субъектно-объектный мир в медийной рекламе. Структура медиа-рекламной картины мира. Субъектно-объектный мир в рекламе. Субъектный мир в медийной рекламе. Макрофрейм «образ жизни» как суггестивная доминанта рекламы. Типы и специфика корреляций рекламного образа и адресата рекламы. Гендерные стереотипы как фактор организации медиа-рекламной картины мира. Система мужских и женских образов современной медийной рекламы: типологический аспект. Пространственно-временной континуум как креативный фактор моделирования медиа-рекламной картины мира. Пространство и время как формообразующие основания медиа-рекламной картины мира. Пространственная организация медиа-рекламной картины мира. Принципы моделирования пространства в медиа-рекламной картине мира. Национальный и инациональный компонент пространственновременной организации медиа-рекламной картины мира. Временная процессуальность медиа-рекламной картины мира как формообразующее основание виртуальной реальности в СМИ. Феноменологическая заданность времени как специфика медийно-рекламного мышления.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта .
Трудоемкость, з.е.	4
Формы отчетности	Экзамен
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Материалы лекций по дисциплине «Медиа-рекламная картина мира»: Направление 42.03.02 – Журналистика. Профиль – Телевидение и радиовещание, Периодическая печать. Квалификация – Бакалавр ; ФГАОУ ВПО Сев.-Кав. федер. ун-т. – Ставрополь : СКФУ, 2018. – 43 с. 2. Курс лекций по дисциплине «Медиа-рекламная картина мира» : Направление подготовки 42.04.02 – Журналистика. Магистерская программа – Мультимедийная журналистика. Интернет-журналистика. Квалификация выпускника – Магистр. Форма обучения – Очная. ; Сев.-Кав. федер. ун-т. – Ставрополь : СКФУ, 2020. – 36 с.

Дополнительная литература	1. Медиарекламная картина мира: практикум : учебное пособие / составители Е. Н. Ежова, Н. С. Чернов. — Ставрополь : СКФУ, 2018. — 114 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/306935 — Режим доступа: для авториз. пользователей. 2. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Кириллова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 186 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869— Библиогр.: с. 168-171. — ISBN 978-5-4499-1563-4. — DOI 10.23681/597869. — Текст : электронный.
---------------------------	--