

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.05.2026 10:51:45

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА В КОММУНИКАЦИЯХ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

РЕКЛАМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Массовая культура в коммуникациях» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 6 тем и направлена на изучение влияния культурных и медийных процессов на формирование современного общества, анализ феноменов массовой культуры и их влияния на коммуникационные практики, а также осмысление взаимосвязей между культурой, медиа и обществом.

Целью освоения дисциплины является формирование понимания важности анализа и изучения массовой культуры как явления, влияющего на формирование стереотипов, ценностей и идей в обществе, а также освоение методов критической оценки медийных продуктов и их роли в современных коммуникационных процессах.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Массовая культура в коммуникациях» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития; УК-5.2 Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.3 Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения; УК-5.4 Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования; УК-5.5 Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий; УК-5.6 Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Массовая культура в коммуникациях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Массовая культура в коммуникациях».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Политология; Литература; Профессиональный иностранный язык (факультатив); Русский язык и культура речи;	Преддипломная практика; <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**</i> ; <i>Методы коммуникационных исследований**</i> ; <i>Performance-маркетинг**</i> ; <i>Международные маркетинговые коммуникации**</i> ; История рекламы и связей с общественностью; Профессиональный иностранный язык (факультатив); <i>Современные стратегии и тактики продвижения**</i> ; <i>Эффективность коммуникационных кампаний**</i> ; <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**</i> ; <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**</i> ; <i>Маркетинг инноваций**</i> ; <i>Коммуникационный дизайн**</i> ; <i>Социальный брендинг**</i> ; <i>Медиаэкономика**</i> ;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		<i>Культурные и креативные индустрии**</i> ; <i>Медиаэкономика**</i> ; <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**</i> ; <i>Методы коммуникационных исследований**</i> ; <i>Performance-маркетинг**</i> ; <i>Международные маркетинговые коммуникации**</i> ; <i>Проектная документация в</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p>маркетинговых коммуникациях**;</p> <p>Производственная (проектная) практика;</p> <p>Производственная (ознакомительная) практика;</p> <p>Преддипломная практика;</p> <p>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</p> <p>Теория и практика брендинга;</p> <p>VTL-технологии продвижения;</p> <p>Поведение потребителей;</p> <p>Теория и практика продаж в рекламе;</p> <p>Событийный маркетинг**;</p> <p>Разработка нового продукта**;</p> <p>Креативные стратегии**;</p> <p>Бренд-коммуникации**;</p> <p>Современные стратегии и тактики продвижения**;</p> <p>Спичрайтинг**;</p> <p>Эффективность коммуникационных кампаний**;</p> <p>Маркетинг инноваций**;</p> <p>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</p> <p>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</p> <p>Индустрия цифровых коммуникаций**;</p> <p>Тренды маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Коммуникационный дизайн**;</p> <p>Социальный брендинг**;</p> <p>Медиапланирование;</p> <p>Креатив в маркетинге**;</p> <p>Визуальная коммуникация бренда**;</p> <p>Спонсорство и партнерство**;</p> <p>Финансовый менеджмент;</p>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Массовая культура в коммуникациях» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Особенности массовой культуры	1.1	Основные понятия и функции массовой культуры	Понятия: массовая культура как тиражируемый коммерческий продукт медииндустрий для широкой аудитории; ключевые признаки — стандартизация, упрощение, жанровые формулы, брендинг, конвергентные платформы и мерчендайзинг.	ЛК, СЗ
		1.2	Исследование ключевых характеристик и тенденций развития массовой культуры в современном мире	Ключевые характеристики: платформенность и алгоритмическая персонализация, кросс-медийность и ремиксность, мемовичность и короткие форматы, UGC и экономика внимания, глокализация и инклюзивные репрезентации. Тенденции: рост стриминга и creator economy, интеграция ИИ	ЛК, СЗ
Раздел 2	Массовая культура и кинематограф	2.1	Конструирование реальности в кинематографе через трансляцию культурного кода	Кино конструирует реальность, транслируя культурный код через жанровые формулы, архетипические нарративы и аудиовизуальный язык (кадр, монтаж, свет, звук, кастинг, символы), нормализуя представления о ценностях, нормах и идентичностях. Исследуются механизмы кодирования и декодирования (репрезентации, стереотипы, интертекст, product placement) и их влияние на коллективную память, повседневные практики и модели поведения аудитории.	ЛК, СЗ
		2.2	Исследование трансформации кинематографа под влиянием массовой культуры в вопросе формирования мировоззрения	Рассматривается, как массовая культура сместила кино от авторских проектов к франшизам и сериализованным вселенным	ЛК, СЗ
Раздел 3	Массовая культура и медийные технологии	3.1	Изучение влияния средств массовой информации на изменение и формирование ценностей и культурных стереотипов	СМИ как институт символического производства	ЛК, СЗ
		3.2	Обсуждение феноменов массовой культуры в новых медиа	Рассматриваются феномены новых медиа — мемы, вирусность, стриминг, шорт-видео, инфлюенсеры и UGC	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Ауд. 101, 103, 107, 109, 346, 428, 319, 423. Мультимедиа проектор, экран настенный
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Ауд. 101, 103, 107, 109, 346, 428, 319, 423. Мультимедиа проектор, экран настенный
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	4 зал библиотеки

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08477-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533064> (дата обращения: 19.04.2024).

2. Ефанов, А. А. Социология медиакультуры и медиаобразования : учебное пособие для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12432-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543004> (дата обращения: 19.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Капкан, М. В. Культура повседневности : учебное пособие для вузов / М. В. Капкан. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 108 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08422-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539332> (дата обращения: 19.04.2024).

2. Шапинская Е.Н. Массовая культура : учебник для вузов / Е.н. Шапинская. – 2-е

изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 249 с.

3. Дзялошинский, И. М. Риторика : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 232 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02665-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536379> (дата обращения: 19.04.2024).

4. Ананишнев В.М., Осмоловская С.М., Ткаченко А.В. (2021). Медиа как средство воздействия массовой информации на жизнедеятельность человека // Вестник МГПУ. Серия: Философские науки. № 1 (37).

5. Балясникова Е.В., Зборовская А.А. (2020). Медиакультура: фотография, радио, телевидение, интернет // Актуальные проблемы социологии и маркетинга. Сборник работ преподавателей, аспирантов и студентов. Москва.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Массовая культура в коммуникациях».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Ассистент

Должность, БУП

Подпись

Авдеева Елена
Вячеславовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.