

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра менеджмента и социокультурных коммуникаций

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ»**

*Уровень высшего образования – бакалавриат
Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль – Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере
Форма обучения – очная, заочная
Год набора – 2024 года*

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512

Программу разработал О. В. Бойченко, преподаватель кафедры менеджмента и социокультурных коммуникаций.

Рассмотрена на заседании кафедры менеджмента и социокультурных коммуникаций Академии Матусовского

Протокол № 1 от 30.08.2024 г.

Заведующий кафедрой

Аронова В.В.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Культурные индустрии и современные тренды» входит в блок дисциплин по выбору дисциплин ОПОП и ФГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 1-2 курса (II-III семестр) направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере.

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и социокультурных коммуникаций.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль, а также итоговый контроль в форме зачёта (III семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены для очной формы обучения лекционные занятия – 36 ч., практические занятия – **34** часа, самостоятельная работа - 38 часов. Для заочной формы обучения **лекционные занятия – 6 ч., практические занятия – 6 часа, самостоятельная работа - 96 часов.**

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины: сформировать у студентов представление деятельности культурных индустрий.

Задачи изучения дисциплины:

- выявить специфику деятельности культурных индустрий как феномена современного мира;
- определить предпосылки институализации социокультурной деятельности;
- изучить основные подходы к построению теории социальной, культурно-досуговой и рекреационной работы;
- выявить направления деятельности культурных индустрий;
- проанализировать опыт решения социальных, культурно-досуговых, рекреационных проблем.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина входит в блок дисциплин по выбору учебного плана, логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Введение в специальность», «История рекламы и связей с общественностью», «Основы социокультурной деятельности».

Освоение дисциплины будет необходимо при подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена, а так же при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере: ПК-2.

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – содержание основных категорий и понятий сферы культурных индустрий; – основные направления и тенденции развития культурных индустрий; – теории, категории и методы, связанные с изучением культурных форм, процессов, практик. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять полученные теоретические знания к анализу практики культурных индустрий – раскрывать функциональное

		<p>назначение методов деятельности в сфере культурных индустрий</p> <p>–применять методы, связанные с изучением культурных форм, процессов, практик</p> <p>Владеть:</p> <p>–понятийным аппаратом дисциплины</p> <p>–навыками теоретического анализа и историко-типологического осмысления феномена культурных индустрий</p> <p>–современными методами и технологиями построения культурных индустрий</p>
--	--	---

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов									
	очная форма					заочная форма				
	всего	в том числе				всего	в том числе			
		л	п	ср	к		л	п	ср	к
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
II семестр										
Радел 1. Теория культурных индустрий										
Тема 1. Культурные и креативные индустрии: основные понятия и подходы к определению секторов	6	2	2	2		6	1		5	
Тема 2. Культурная политика: от организаций культуры к развитию креативной экономики	10	4	4	2		10	1	1	8	
Тема 3. Виды культурных индустрий..	8	4	2	2		8			8	
Тема 4. Предмет индустриального культурного производства.	6	2	2	2		6	1	1	4	
Тема 5. Векторы индустриального культурного производства.	5	2	2	1		5			5	
Тема 6. Способы инструменты индустриального культурного производства.	5	2	2	1		5	1		4	
Тема 7. Результаты культурного производства.	8	2	4	2		8			8	
Тема 8. Основные сегменты сферы культурных	6	2	2	2		6		2	4	

индустрий.										
ВСЕГО часов в семестре:	54	20	20	14		54	4	4	46	
III семестр										
Радел 2. Практика культурных индустрий										
Тема 10. Телевизионная и радиоиндустрия.	12	4	4	4		12	2		10	
Тема 11. Индустрия производства кинофильмов телевизионных фильмов.	12	4	4	4		12			12	
Тема 12. Интернет-индустрия.	10	4	2	4		10			10	
Тема 13. Образовательные и игровые индустрии.	10	2	2	6		10			10	
Тема 14. Индустрия рекламы.	10	2	2	6		10		2	8	
ВСЕГО часов в семестре:	54	16	14	24		54	2	2	50	
ВСЕГО часов в дисциплине:	108	36	34	38		108	6	6	96	

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Лекционный материал (II семестр)

Тема 1. Культурные и креативные индустрии: основные понятия и подходы к определению секторов.

Проблема определения термина «Культурные Концептуальные основания «креативных индустрий». Формирование теории культурных индустрий. Дискуссия о «культурных индустриях». Виды культурных индустрий. Ключевые и периферийные культурные индустрии. Тематизация культурных индустрий.

Тема 2. Культурная политика: от организаций культуры к развитию креативной экономики.

Этапы развития культурной политики. Основные вехи в формировании культурной политики. Типы организаций культуры. Государственные (музеи, театры, библиотеки). Коммерческие культурные инициативы. Неправительственные организации и инициативы. Образовательные и просветительские инициативы.

Тема 3. Виды культурных индустрий.

Основные виды культурных индустрий. Искусство. . Кинематограф. Литература и издательское дело. Музеи и галереи. Медиа и развлечения. Кросс-культурные и интердисциплинарные аспекты. Экономические и социальные аспекты культурных индустрий

Тема 4. Предмет индустриального культурного производства..

Определение понятия "индустриальное культурное производство". Основные компоненты и объекты культурного производства. Влияние культурного контекста на процесс производства

. Тема 5. Векторы индустриального культурного производства.

Основные направления и тренды в индустриальном культурном производстве. Влияние технологий и медиаплатформ на векторы производства Глобализация и локализация культурного контента

. Тема 6. Способы инструменты индустриального культурного производства.

Традиционные и современные способы культурного производства. Роль digital-технологий и социальных медиа. Применение кросс-медийных стратегий в производственном процессе

Тема 7. Результаты культурного производства.

Определение и критерии успешности культурного продукта. Эстетическая, экономическая и социальная ценность культурного контента. Влияние культурного продукта на общество и культуру

Тема 8. Основные сегменты сферы культурных индустрий.

6 Классификация сегментов культурных индустрий. Описание ключевых направлений: музыка, литература, изобразительное искусство и т.д. Взаимосвязь между различными сегментами и их роль в культурном пространстве

6.1 Лекционный материал (III семестр)

Тема 9. Телевизионная и радиоиндустрия

Основные характеристики и особенности телевизионного и радиопроизводства. Влияние технологий на содержание и форму медиа продуктов Рынок контента и его динамика

Тема 10. Индустрия производства кинофильмов телевизионных фильмов.

Процесс создания фильмов: от идеи до выхода на экран Рынок киноиндустрии: тенденции и вызовы Роль фестивалей и наград в продвижении фильмов

Тема 11. Интернет-индустрия.

Развитие интернет-контента и его влияние на традиционные медиа. Стриминговые платформы и модели монетизации. Влияние социальных медиаплатформ на создание и потребление контента

Тема 12. . Образовательные и игровые индустрии.

Взаимосвязь между образованием и культурным производством. Роль образовательных продуктов в культурном пространстве. Игровая индустрия как важный сегмент культурных индустрий

Тема 13. Индустрия рекламы.

Определение и функции рекламной индустрии. Тренды в рекламе: от традиционных методов к digital-кампаниям. Влияние рекламы на общество и культуру

6.2 Практические задания

Практическое занятие 1-3

Введение в культурные и креативные индустрии

Цели:

Определить основные понятия в области культурных и креативных индустрий.
Изучить подходы к определению секторов.

Вопросы для обсуждения

1. Что такое культурные и креативные индустрии?
2. Каковы основные характеристики и отличия этих секторов?
3. В чем заключается значение культурной политики для развития креативной экономики?

Практическое занятие 4-5

Виды и предмет индустриального культурного производства

Цели:

Рассмотреть различные виды культурных индустрий.

Определить предмет индустриального культурного производства.

Вопросы для обсуждения

1. Какие виды культурных индустрий вы знаете, и какие из них наиболее развиты в вашем регионе?
2. Какова роль предмета индустриального культурного производства?
3. Какие факторы влияют на развитие различных видов культурных индустрий?

Практическое занятие 6-7

Векторы и способы индустриального культурного производства

Цели:

Изучить векторы и способы индустриального культурного производства.

Познакомиться с инструментами, используемыми в этой сфере.

Вопросы для обсуждения

1. Какие векторы определяют развитие индустриального культурного производства?
2. Каковы ключевые способы и инструменты, применяемые в культурных индустриях?
3. Как технологии меняют индустриальное культурное производство?

Практическое занятие 8-9

Результаты культурного производства

Цели:

Обсудить результаты культурного производства и их влияние на общество.

Вопросы для обсуждения

1. Какие результаты можно выделить в сфере культурного производства?
2. Как результаты культурного производства влияют на общественное мнение и культуру?
3. Как оценивается успешность проектов в сфере культурных индустрий?

Практическое занятие 10

Основные сегменты сферы культурных индустрий

Цели:

Проанализировать основные сегменты сферы культурных индустрий.

Вопросы для обсуждения

1. Какие основные сегменты можно выделить в сфере культурных и креативных индустрий?
2. Как соотносятся различные сегменты между собой?
3. Каковы тенденции развития отдельных сегментов культурных индустрий в последние годы?

Практическое занятие 11-12

Телевизионная и радиоиндустрия

Цели:

Изучить специфику телевизионной и радиоиндустрии.

Вопросы для обсуждения

1. Какие особенности отличают телевизионную и радиоиндустрию от других сегментов?
2. Как новые технологии влияют на телевидение и радио?

3. Какие примеры успешных проектов можно привести в этой области?

Практическое занятие 13-14

Индустрия кинофильмов и телевизионных фильмов

Цели:

Рассмотреть особенности индустрии производства кино и телеуправления.

Вопросы для обсуждения

1. Какие этапы включает в себя производство кинофильмов и телевизионных фильмов?
2. Как маркетинг влияет на успех проектов в киноиндустрии?
3. Какова роль креативных команд в производственном процессе?

Практическое занятие 15

Интернет-индустрия

Цели:

Изучить влияние интернета на культурные индустрии.

Вопросы для обсуждения

1. Как интернет изменил подходы к производству и распространению культурных продуктов?
2. Какие новые форматы культурного контента появились благодаря интернету?
3. Как изменяются модели монетизации в интернет-индустрии?

Практическое занятие 16

Образовательные и игровые индустрии

Цели:

Рассмотреть роль образования и игр в культурных индустриях.

Вопросы для обсуждения

1. Какова роль образовательных программ в культурных индустриях?
2. В чем заключается значимость игровой индустрии в контексте культурного производства?
3. Какие инновации наблюдаются в образовательных и игровых индустриях?

Практическое занятие 17

Индустрия рекламы

Цели:

Изучить специфику и роль рекламы в культурных и креативных индустриях.

Вопросы для обсуждения

1. Какова роль рекламы как культурного продукта?
2. Какие тренды можно наблюдать в индустрии рекламы?
3. Как реклама воздействует на культурное восприятие и общественные нормы?

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных практических работ.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;

- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки изображений, практической работы по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к зачету.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1. ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ/ДОКЛАДОВ

Программой дисциплины не предусмотрена подготовка рефератов и докладов.

8.2. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие культурных индустрий.
2. Цель культурных индустрий.
3. Виды культурных индустрий.
4. Предмет индустриального культурного производства.
5. Векторы индустриального культурного производства.
6. Способы и инструменты индустриального культурного производства.
7. Результаты культурного производства.
8. Основные сегменты сферы культурных индустрий.
9. Телевизионная и радиоиндустрия.
10. Индустрия производства кинофильмов и телевизионных фильмов.
11. Интернет-индустрия.
12. Музыкальная индустрия.
13. Издательский бизнес.
14. Образовательные и игровые индустрии.
15. Индустрия рекламы.
16. Творческие индустрии.
17. Доля культурных индустрий в структуре «большого» бизнеса.
18. Выявление культурных ресурсов территории.
19. Производственный процесс в культурных индустриях.
20. Федеральные ресурсы развития культурных индустрий.
21. Региональные ресурсы развития культурных индустрий.
22. Локальные ресурсы развития культурных индустрий.
23. Грантовые программы как ресурс развития культурных индустрий.
24. Влияние индустрии культуры на массовое сознание.
25. Культурные индустрии и культурная политика.

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Методика преподавания дисциплины «Основы журналистики» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает

использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

- выполнение практикоориентированных заданий;
- просмотр аудиовизуальных материалов по темам с остановками и обсуждением отдельных произведений (определения стилевых характеристик, удачности применения тех или иных выразительных средств и т.д.);
- подготовка, представление и обсуждение результатов выполнения практических занятий.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
	Критерии оценивания тестовых заданий
Оценка по номинальной шкале	Критерии оценивания ответа на зачете
ЗАЧТЕНО	<p>Студентом в течение семестра выполнены все самостоятельные работы.</p> <p>Студент владеет знаниями предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину; самостоятельно, в логической последовательности и исчерпывающе отвечает на вопросы, подчеркивая при этом самое существенное, умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделять в нем главное, устанавливать причинно-следственные связи.</p>
	<p>Студентом в течение семестра выполнены все самостоятельные работы.</p> <p>Студент владеет знаниями дисциплины почти в полном объеме программы (имеются пробелы знаний только в некоторых, особенно сложных разделах); самостоятельно и отчасти при наводящих вопросах дает полноценные ответы на вопросы; не всегда выделяет наиболее существенное, не допускает вместе с тем серьезных ошибок в ответах.</p>
	<p>Студентом в течение семестра выполнены более 75% самостоятельных работ.</p> <p>Студент владеет основным объемом знаний по дисциплине; проявляет затруднения в самостоятельных ответах, оперирует неточными формулировками; в процессе ответов допускаются ошибки по существу вопросов.</p>
НЕ ЗАЧТЕНО	<p>Студентом в течение семестра выполнено менее 75% самостоятельных работ.</p> <p>Студент не освоил обязательного минимума знаний предмета, не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах.</p>

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Соловьев, А. В. Прикладная культурология [Текст] : учебнометодическое пособие / А. В. Соловьев; РГУ им. С. А. Есенина. - Рязань : РГУ , 2005. - 76 с.
2. Белик, А. А. Культурология: антропологические теории культур [Текст] : учебное пособие / А. А. Белик. - М. : Российский государственный гуманитарный университет, 1998. - 239 с.
3. Вебер, Ал. Идеи к проблемам социологии государства и культуры [Электронный ресурс] / Ал. Вебер. - М. : Директ-Медиа, 2007. - 340 с.
4. Зиммель, Г. Социальная дифференциация. Социологические и психологические исследования [Электронный ресурс] / Г. Зиммель ; авт. пер. с нем. Н. Н. Бокач, И. Ильина. - М. ; Берлин : ДиректМедиа, 2014. - 233 с.
5. Шендрик, А. И. Социология культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. И. Шендрик. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с.
6. Учёнова, В.В. Реклама и массовая культура: служанка или госпожа?: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Журналистика' и 'Реклама' / В.В. Учёнова. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 248с.
7. Цупин, В. А. Управление контентом. Практикум : учебное пособие / В. А. Цупин, М. М. Ниматулаев. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 211 с.
8. Басалаева, О. Г. Основы государственной культурной политики Российской Федерации: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по всем направлениям подготовки бакалавриата и специалитета / О. Г. Басалаева, Т. А. Волкова, Е. В. Паничкина. - Кемерово: КемГИК, 2019. - 170 с.

12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа визуальных методических материалов и презентаций студенческих работ.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.