

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алена Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 25.05.2026 11:02:50

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcba0c6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МЕДИАРЕКЛАМНАЯ КАРТИНА МИРА

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с
общественностью

Направленность (профиль)

«PR в государственных и бизнес-структурах»

Год начала обучения

2026

Форма обучения

очная

Реализуется в семестре

5

Разработано

Профессор департамента медиакоммуникаций
высшей школы креативных индустрий, доктор
филологических наук по специальности
10.01.10 Журналистика, профессор
Ежова Елена Николаевна

Ассистент департамента медиакоммуникаций
высшей школы креативных индустрий
Волосуха Ульяна Юрьевна

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Медиа рекламная картина мира» является формирование знаний, умений и навыков в плане осмысления с позиций журналистики современных процессов, происходящих в СМИ, которые, вследствие усиления коммерциализации и рекламизации своей деятельности, продуцируют новый тип картины мира – медиа рекламной – с размыванием границ между собственно журналистской и коммерческой информацией, что является одним из мощных факторов манипулирования массовым сознанием.

Задачи освоения дисциплины: анализ механизмов формирования медиа рекламной картины мира даст студентам представление о причинах и условиях эффективного и благоприятного / неблагоприятного влияния рекламы, транслируемой по различным каналам СМИ, на аудиторию, а также о принципах выработки рекламной политики в СМИ, которая могла бы ограничивать и/или нейтрализовать негативное воздействие рекламы на массовое сознание.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиа рекламная картина мира» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-19. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.	ИД-1 ПК-19. Знает особенности продвижения социально значимых ценностей.	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
	ИД-2 ПК-19. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.	Обладает знаниями и умениями для продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
	ИД-3 ПК-19. Владеет навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.	Использует для продвижения социально значимых ценностей инструменты и ресурсы связей с общественностью и рекламы
ПК-20. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на	ИД-1 ПК-20. Знает принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта.
	ИД-2 ПК-20. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного	

принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности. ИД-3 ПК-20. Владеет навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности.	
---	---	--

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 акад.ч.	ОФО, в акад.ч.
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных занятий/ из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/0
Самостоятельная работа	36
Формы контроля	
Экзамен	36
Зачет	-
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	нет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма				
			Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов			Самостоятельная работа, часов	Формы текущего контроля
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Теоретико-методологические подходы к исследованию медиарекламной картины мира как инновационного рекламно-информационного пространства. 1. СМИ и реклама как взаимодействующие социокультурные информационно-моделирующие системы. 2. Реклама, пропаганда, агитация как манипулятивные механизмы социума и СМИ: истоки и реалии пересечения. 3. Целевая аудитория рекламной	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, индивидуальное задание, тестирование

	коммуникации как объект медиавоздействия и важнейший фактор взаимовлияния рекламы и СМИ.						
2	Медиа рекламная картина мира как специфическая информационно-суггестивная структура в системе современных СМИ: онтология, гносеология, аксиология. 1. Информация как субстанционально-онтологический феномен и основание когнитивной картины мира. Информация в социально-маркетинговых процессах коммуникации и манипуляции в современных СМИ: медийно-рекламный аспект. 2. Картины мира в СМИ: типология, функциональность, каналы трансляции. 3. Специфика медиа рекламной картины мира как модели виртуально-идеальной реальности, продуцируемой СМИ.	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, индивидуальное задание, тестирование
3	Когнитивно-семантические, семиотические и сущностные основания медиа рекламной картины мира. 1. Семиотические основания и семиозис рекламы. Иконические, индексальные, символические знаки в рекламе. 2. Национальные и инациональные коды как этнокультурное основание семиотического пространства медиа рекламной картины мира. 3. Мифологические и архетипические основы медиа рекламной картины мира. Космогонические мифы в организации рекламных текстов. Типы мифологем в рекламе.	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, индивидуальное задание
4	Основные принципы моделирования медиа рекламной картины мира. Субъектно-объектный мир в медийной рекламе. 1. Структура медиа рекламной картины мира. Субъектно-объектный мир в рекламе. 2. Сфера рекламируемых объектов как	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, групповое задание, тестирование

	ядро и целеполагание существования медиарекламной картины мира. Овеществление как способ объективации и семантизации рекламного пространства. 3. Парадигматизация объектов рекламы.						
5	Субъектный мир в медийной рекламе. Макрофрейм «образ жизни» как суггестивная доминанта рекламы. 1. Типы и специфика корреляций рекламного образа и адресата рекламы. Макрофрейм «образ жизни» в моделировании рекламного мира. 2. Образы животных в рекламе: семиотика смысла.	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, индивидуальное задание
6	Субъектный мир в медийной рекламе. Макрофрейм «образ жизни» как суггестивная доминанта рекламы. 1. Гендерные стереотипы как фактор организации медиарекламной картины мира. 2. Типология женских образов современной медийной рекламы. 3. Типология мужских образов современной медийной рекламы.	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, тестирование
7	Пространственно-временной континуум как креативный фактор моделирования медиарекламной картины мира. 1. Пространство и время как формообразующие основания медиарекламной картины мира. 2. Виртуализация как средство деформации и трансформации пространства и времени в МРКМ. 3. Приемы гиперизображения и гипердетализации в рекламе: функционально-типологический аспект.	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, индивидуальное задание, тестирование
8	Временная процессуальность медиарекламной картины мира как формообразующее основание виртуальной реальности в СМИ. 1. Феноменологическая заданность времени как специфика медийно-рекламного мышления.	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, индивидуальное задание, тестирование

	2. Сценарность как принцип организации времени в рекламе.						
9	Временная процессуальность медиарекламной картины мира как формообразующее основание виртуальной реальности в СМИ. 1. Фреймовость медийно-рекламного мышления как структурообразующий фактор. 2. Доминантные фреймы актуализации времени: фреймы суточного времени, фреймы времени года, фреймы биологического / биографического времени, фреймы социально-исторического времени.	ПК-19; ПК-20	2	2	0	4	Собеседование, индивидуальное задание, тестирование
	ИТОГО за 5 семестр		18	18	0	36	
	ИТОГО		18	18	0	36	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Медиарекламная картина мира» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций. ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды

самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1.1. Перечень основной литературы:

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.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Васильев, Г.А. Основы рекламы / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 718 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-01059-1

2. Ежова, Е. Н. Медиа-рекламная картина мира: люди и вещи / Е. Н. Ежова. – М. : Илекса; Ставрополь : Изд-во Ставропольского государственного ун-та, 2014. – 176 с.

3. Ежова, Е. Н. Пространство и время в медиа-рекламной картине мира / Е. Н. Ежова. – М. : Илекса; Ставрополь : Изд-во Ставропольского государственного ун-та, 2013. – 178 с.

4. Маркетинг PR и рекламы / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 495 с. : табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02194-2.

5. Медиа-рекламная картина мира: практикум : [16+] / сост. Е.Н. Ежова, Н.С. Чернов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь : СКФУ, 2018. – 114 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563152>

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю):

1. Методические рекомендации по выполнению практических заданий по дисциплине «Медиа-рекламная картина мира». – Ставрополь, 2026.

2. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Медиа-рекламная картина мира». – Ставрополь, 2026.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):

1. Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др.) [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.tvigle.ru>.

2. Архив телевизионной рекламы [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.telead.ru>.

3. Видеохостинг (видеоархив, интернет-телевидение) [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.intv.ru>.

4. Видеохостинг креативной рекламы [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.Adme.ru>.

5. Каталог историй появления знаменитых брендов со всего мира [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.BrandsInfo.ru>.

6. Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.sostav.ru>.
7. Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.StoryBrand.ru>.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ – Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Короткофокус. мультимедиа-проектор EpsonEB-536Wi с настен.креплен ELPMB45, Монитор ЖК 24 DELL черный DELL E2416H/416H-1965/DELL E2406H21.5 LEDmonitor TN.VGA DP 1920x1080 TiIt Black.3Y, ПК для лекцион. аудит. Dell OptiPlex3040i3-6100(3.7GHz.3M.DC)4(1x4)GBDDR3L1600MHz. GMA HD4400.DVD+RW) черный с клавиатурой со считывателем смарт-карт; Компьютеры DELL, Аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, Камкордер SONY и комплектующие, Штатив Manfrotto , принтеры, сканеры.
Практические занятия	Короткофокус. мультимедиа-проектор EpsonEB-536Wi с настен.креплен ELPMB45, Монитор ЖК 24 DELL черный DELL E2416H/416H-1965/DELL E2406H21.5 LEDmonitor TN.VGA DP 1920x1080 TiIt Black.3Y, ПК для лекцион. аудит. Dell OptiPlex3040i3-6100(3.7GHz.3M.DC)4(1x4)GBDDR3L1600MHz. GMA HD4400.DVD+RW) черный с клавиатурой со считывателем смарт-карт; Компьютеры DELL, Аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, Камкордер SONY и комплектующие, Штатив Manfrotto , принтеры, сканеры.
Самостоятельная работа	компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических

работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.