

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.03.01 Мода и новые медиа: стратегии и практики взаимодействия

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель дисциплины: изучение взаимодействия моды и новых медиа (интернет, социальные сети, мобильные приложения) как институтов и феноменов, опосредующих широкий спектр социальных процессов в современных постиндустриальных обществах. Понимание того, как подобное взаимодействие осуществляется в настоящий момент и каким образом оно может происходить в будущем (ближайшем и/или более отдаленном) важно и для дальнейших исследований проблематики, и как практическое знание, крайне востребованное сегодня в индустрии моды.

Задачи дисциплины:

- познакомить обучающихся с понятиями «модерн», «общество модерна» – ключевыми категориями, в контексте которых в рамках дисциплины обсуждается проблематика взаимодействия институтов моды и медиа в современных обществах;
- познакомить обучающихся с историей развития индустрии моды во взаимодействии с развитием медиа-индустрии в период с середины XVIII в. по настоящее время;
- сформировать у обучающихся системный взгляд на логики взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в «доцифровой» период;
- сформировать у обучающихся системный взгляд на изменении логик взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии с появлением и развитием новых медиа;
- познакомить обучающихся с исследовательскими подходами (теория фреймов, акторно-сетевая теория, дискурс-анализ) и аналитическими методами (социокультурный анализ, семиотический анализ, нарративный анализ, анализ визуальных стратегий, контент-анализ, анализ дискурса), продуктивными при работе с проблематикой взаимодействия моды и новых медиа в современных постиндустриальных обществах;
- познакомить обучающихся с практиками анализа трендов и институтом прогнозирования в сфере взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии;

- развить способность свободно и квалифицированно ориентироваться в истории взаимодействия индустрии моды и медиа-индустрии в период с середины XVIII в. по настоящее время;
- научить инструментализировать концепты «идентичность» и «(само)идентификация», «целевая аудитория», «нишевый продукт», «охват» и др. при анализе коммуникационных кампаний различных игроков современной индустрии моды (как российских, так и зарубежных) в новых медиа;
- научить планировать коммуникационные кампании в новых медиа для различных игроков современной индустрии моды;
- развить навыки аудита коммуникационных кампаний различных игроков современной индустрии моды в новых медиа.

Таблица 1.

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: З1 – основные принципы организации аналитическо-исследовательского проекта и управления им
		Уметь: У1 – определять и формулировать цели и задачи проекта
		Владеть: В1 – навыками организации коллектива для реализации запланированного проекта
ПК-6	способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знать: З1 – основные формы и методы проведения исследований
		Уметь: У1 – проводить подбор опубликованных работ по выбранной теме исследования
		Владеть: В1 – навыками работы с научной литературой, реферирования отдельных работ

2. Объем дисциплины (модуля)

Таблица 2.

Объем дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины (модуля), час.				
		Всего	Семестр			
			1	2	3	4
Очная форма обучения						
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		28		28		
лекционного типа (Л)		8		8		
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)						
практического (семинарского) типа (ПЗ)		20		20		
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)		4		4		
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		76		76		
Промежуточная аттестация	Форма			Зачет с оценкой		
	Час					
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3		108/3		