

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Юридический факультет



Рабочая программа дисциплины
Медиакультура информационного общества

Направление подготовки магистратуры
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
заочная

Саратов,
2022

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Е.А. Елина		30.05.2022
Председатель НМК	Е.Н. Тогузаева		30.05.2022
Заведующий кафедрой	О.Ю. Голуб		30.05.2022
Специалист Учебного управления			

1. Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Медиакультура информационного общества» – формирование у студентов системы научно-практических знаний и умений в области медиакультуры для реализации их в профессиональной деятельности; формирование теоретических знаний в области современных тенденций развития медиакультурных процессов, воспитание критического мышления в понимании сложных изменчивых информационно-коммуникационных процессов в условиях глобализации

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Медиакультура информационного общества» является дисциплиной по выбору вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули) ООП по направлению подготовки 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» (Б1.В.ДВ.04.02).

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате обучения на бакалавриате и в результате изучения дисциплин ООП подготовки магистра «Методологические проблемы современной науки», «Современная теория социальной коммуникации», «Социологические исследования: методы и анализ результатов», «Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью». Вместе с тем, дисциплина «Современные исследования медиакультуры» изучается параллельно и является базовой для последующего освоения таких дисциплин, как «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Деловые и научные коммуникации».

3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	М.УК-5. Адекватно объясняет особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знание причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей. М.УК-5. Владеет навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.	Знать: современные концепции психологии массовой коммуникации; принципы конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач Уметь: использовать основные положения и научные методы при решении социальных и профессиональных задач; анализировать социально-значимые проблемы и процессы; воспринимать межкультурное разнообразие обществ в социально-историческом, этическом контекстах. Владеть: навыками уважительного отношения к социокультурным традициям различных социальных групп в

		контексте российской и мировой истории, включая мировые религии и этические учения
<p>ПК-3 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ПК-3.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).</p> <p>ПК-3.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями</p> <p>ПК-3.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации</p> <p>ПК-3.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать: закономерности и этапы исторического развития медиакультуры, методологию и методику изучения медиа-подходов к исследованию разных направлений функционирования современных медиаорганизаций; этапы научного исследования, принципы разработки программы исследования; основные свойства массовых информационных потоков как совокупного медиапродукта, важнейшие инновационные практики в сфере масс-медиа.</p> <p>Уметь: формулировать рациональные и аргументированные суждения о медийных продуктах и практиках; применять методы анализа и интерпретации полученных данных; применять полученные знания в процессе работы над магистерским исследованием, для создания профессиональных рекламных и рг-текстов.</p> <p>Владеть: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии мировой медиакультуре; системным подходом в современных медиаисследованиях; методами получения, анализа и накопления информации, относящейся к медиаисследованиям; поиска информации, выделения значимых единиц в информационных потоках, методами анализа и интерпретации полученных</p>

	данных в рекламных и рг- текстах.
--	--------------------------------------

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы 108 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Се мес тр	Нед еля сем ест ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			СРС	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекц ии	Практические занятия			
					Общая трудо емкость	Из них – практи ческая подгот овка		
1	Тема 1. Медиакультура в глобальном информационном пространстве. Формирование индустрии медиаисследования. Методология и методика медиаисследований	2		2			34	Блиц-опрос
2.	Итого за 2 семестр (установ.) – 36 часов			2			34	
3	Тема 2. Особенности российского рынка медиаисследований. История становления медиаисследований	3		1	3	3	12	устный опрос по теории
4	Тема 3. Методология и методика медиаисследований.	3		1	3	3	12	устный опрос по теории

	Итого за 3 семестр – 36 часов			2	6	6	24	Зачет 4
6	Тема 4. Основные направления современных медиаисследований	4		1	4	4	3	устный опрос по теории
7	Тема 5. Этапы медиаисследования. Совокупность целей	4		1	4	4	3	устный опрос по теории
8	Тема 6. Медиаметрия.	4		1	4	4	3	устный опрос по теории
9	Тема 7. Исследования медиасреды. Социальность и медиа: сетевое общество: границы приватной сферы. Медиабизнес	4		1	4	4	3	устный опрос по теории
10	Всего за 3 семестр - 36	-		4	16	16	12	Зачет с оценкой 4
11	ИТОГО 108 часов	-	-	8	16	22	70	Зачет 4 Зачет с оценкой 4

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Медиакультура в глобальном информационном пространстве

Понятие информационного общества. Медиакультура - форма организации глобального взаимодействия в современном обществе. Структура медиасреды. Роль глобализации в трансформации способа информационно-культурного взаимодействия. Традиционные инновационные каналы коммуникации в глобальном мире. Конвергентные формы инфокоммуникаций в современной бизнес-среде. Медиакультура в глобальных политических коммуникациях. Формирование представлений о медиакультуре и ее роли в современном информационном обществе инновационных информационно-телекоммуникационных технологий

Тема 2. Медиакультура и медиаменталитет. Репрезентация повседневности в медиакультуре.

Особенности медиапродуктов. Ресурсы при производстве медиапродукции и затраты потребителей. Медиауслуги. Творческий опыт времени: эпохи, поколения, социокультурной среды, личности. Медиатрадиции. Трансформация повседневных практик человека.

Тема 3. Радио–первое электронное СМИ

Первый опыт измерения аудитории. Основные методики измерения аудитории радио. Развитие измерений радио в России. Унификация подходов к выборке. Ключевые показатели аудитории радио.

Тема 4. Телевидение. Конструирование реальности на телеэкране.

Измерения телевизионной аудитории. Электронная система измерения. Волновые и панельные исследования. Причины расхождений в данных. Специфика измерения аудитории специализированных каналов. TV Index –методологические и методические особенности проекта. Мониторинг телеэфира. Технология сбора и обработки регионального эфира. Состав данных мониторинга. Процедура «мэппинга». Основные показатели телесмотрения.

Тема 5. Визуализация культуры. Специфика аудиовизуальной медиакультуры и ее роль в современной социокультурной ситуации.

Специфика аудиовизуальной медиакультуры и ее роль в современной социокультурной ситуации. Визуальная культура в современном аспекте. Телевидение как фабрика мифов.

Тема 6. Семиотика кинематографа: визуальные метафоры. Фотографические образы в медиа.

Визуальные аналоги литературных тропов. Аудиовизуальные коды. Когнитивный механизм создания визуальной метафоры. Мифотворчество в кино. Фотография как метод исследования. Фотография как предмет интерпретации. Визуальная социология.

Тема 7. Медиабизнес. Предпринимательская деятельность по удовлетворению потребностей людей в информации и развлечении

Особенности медиапродуктов. Ресурсы при производстве медиапродукции затраты. Потребителей. Медиауслуги. Медиарынки. Медиарекламные исследования. Виды, типы, методы рекламных исследований. Этические корпоративные кодексы. Дети в исследованиях. Ответственность.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

В учебном процессе при реализации компетентного подхода используются активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры; анализ конкретных коммуникационных ситуаций; психологические тесты, применяются методы коллективной творческой работы: «мозговой штурм», погружения в проблему, «вживания» в роль, метод сценариев и контрольных вопросов. Проводиться подготовка мультимедийной презентации.

Эти формы сочетаются с внеаудиторной работой в целях формирования и развития профессиональных навыков обучающихся (посещение музейных экспозиций, просмотр театральных постановок и кинофильмов). Проведение встреч с практическими работниками сферы практической деятельности, специалистами в области коммуникаций, культуры, искусства, спорта, экологии и социальной сферы.

Содержание учебной дисциплины формируется с учетом выделенных на изучение дисциплины часов. Учебная работа формируется из работы на практических занятиях, работы в малых группах, обсуждения кейсов, выполнение специальных заданий и заданий в виде тестов, решения задач, анализа проблемных ситуаций. Сочетание различных видов учебной работы направлено на максимальное освоение учебного материала. Успешное освоение материала предполагает самостоятельную работу студента и руководство этой работой со стороны преподавателей.

Формы контроля: выполнение контрольных заданий и тестов, решение задач, разбор практической коммуникационной деятельности, анализ характерных и особых коммуникационных ситуаций, реферирование статей периодической печати и их анализ,

обсуждение актуальных проблем на творческих группах, подготовка эссе по проблемам изученных тем. Промежуточная аттестация – зачет.

При проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ определяется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, и может включать в себя устные, письменные на бумаге, письменные на компьютере и иные виды образовательной активности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья и студентов-инвалидов предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:
обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;
задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);
- для глухих и слабослышащих:
обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости студенту предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию студентов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов и лиц с ОВЗ, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 70 часов.

В процессе изучения дисциплины «Меидиакультура информационного общества» используются следующие виды самостоятельной работы: блиц-опрос, работа на семинарском занятии, устный опрос по теории.

Виды самостоятельной работы

Раздел / Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Темы 1-7	Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на семинарское занятие. Выполнение практических заданий, проработка вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение, решение заданий и кейсов с помощью основной и дополнительной литературы	Интернет-дискурс: Компьютерно-опосредованная коммуникация [Электронный ресурс]. М: ФЛИНТА, 2015. - Книга находится в ЭБС «Лань». Современный медиатекст[Электронный ресурс]. М.: ФЛИНТА, 2014. - 410 с. - Книга находится в ЭБС «Лань»

Вопросы для углубленного самостоятельного изучения

1. Сущность и содержание информационного общества.
2. «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» о национальных интересах государства в сфере информации.
3. Информационная безопасность в сфере современных медиа.
4. Информационная политика государства, конкретного СМИ.
5. Медиакультура и визуальная экология.
6. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
7. Мотивационные переменные социального поведения.
8. Основные теории мотивации.
9. СМИ как лучший способ адаптации человека в обществе.
10. СМИ как пути преодоления фрустрации и диссонанса.
11. Теории М.Джеймса, Д.Джонгварда, Дж. Энрайта о восприятии пространства и времени.
12. Табуированные темы в современных медиа.
13. Роль массовой информации в воспроизводстве культуры.
14. Тенденции формирования массового общества.
15. Книга в структуре новых медиа. Гипертекст.
16. Модусы восприятия в медиареальности
17. Медиакультура - новый вектор информационной культуры
18. Исследовательские стратегии визуального
19. Визуальная экология как социальный проект
20. Визуальная политика и коммуникация в городской среде
21. Определение критериев качества визуальной среды
22. Город: политики репрезентации
23. Публичные пространства и город в эпоху новых медиа
24. СМИ как фактор формирования одномерного сознания в работе Г. Маркузе «Одномерный человек».
25. Критика СМИ в работах Н. Хомского
26. Тенденции формирования и функционирования российского рынка СМИ.
27. Системные характеристики современных российских медиа
28. Российская Федерация и мировое информационное пространство

Вопросы для промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины в форме зачета во 2 семестре

1. Современная медиакультура как совокупность книжной (печатной), аудиальной, визуальной и аудиовизуальной культур.
2. Основных тенденциях развития медиакультуры как особого типа культуры информационного общества: теории и современная практика.
3. Медиакультура как интегратор среды российской модернизации на рубеже XX — XXI веков.
4. Эволюция медиакультуры: ее антропология и генезис.
5. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакommunikаций
6. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций.
7. Теория повестки дня Максвелла Маккобса и Дональда Шоу.
8. Медиаккультура и пресса: гипотеза исчезновения детства Нила Постмена.
9. Развитие сферы предоставления медиаметрических услуг в России
10. Способы предоставления результатов медиаметрических исследований маркетинговыми компаниями

11. Понятие «стандартизированные данные» при организации исследований рынка массовой информации. Цели и методы их формирования
12. Методы панельных исследований: характеристика их достоинств и недостатков.
13. Проблема определения выборки в медиаметрическом исследовании
14. Методы исследования аудитории периодических изданий
15. Достоинства и недостатки очных и телефонных опросов в медиаметрии
16. Основные методы исследования радио- и телеаудитории
17. Преимущества и недостатки ведения дневников наблюдения
18. Технология исследования аудитории с помощью электронных счетчиков
19. Тенденции развития измерительных технологий на рынке медиаметрических исследований
20. Случаи применения единичных и общих показателей медиаизмерений
21. Характеристика коммулятивных показателей, используемых в медиаметрии
22. Стандартные формы представления результатов прикладных исследований аудитории, на основе которых можно получить информацию о социально-демографических характеристиках аудитории и особенностях их медиапотребления

Вопросы для промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины в форме зачета в 3 семестре

1. Пропагандистские медиа и их место в немецкой коммуникативистике: опыт Первой и Второй мировых войн.
2. Теория несвободы и критика массмедиа Эриха Фромма в рамках Франкфуртской школы.
3. Теория общества и массмедиа Макса Хоркхаймера, Теодора Адорно в «Диалектике Просвещения»
4. Постмодернистский подход к изучению СМК во Франции: теория «общества спектакля» Ги Дебора и роль СМИ в нем.
5. Теория симулякров, неореальности Жана Бодрийяра и роль СМК в их формировании
6. Социологический подход к массмедиа во французской коммуникативистике: теория социального пространства Пьера Бурдьё.
7. Теория повестки дня Максвелла Маккобса и Дональда Шоу.
8. Краткая характеристика междисциплинарных подходов к исследованию СМИ: политологический, социологический и философский аспекты анализа
9. Моделирование как базовый метод когнитивно-дискурсивного анализа медиадискурса: метафорическое и метонимическое моделирование.
10. Медиаиммунитет личности: структура и функции.
 - a. Медиакультура и понятия «экранной культуры», «киберкультуры».
11. Понятие «медийное искусство». Определение. Основные характеристики.
12. Медиакультура как многообразие и взаимодействие разных культур на этническом, национальном и цивилизационном уровнях.
13. Влияние медиакультуры на модернизационные процессы в обществе и мире.
14. Влияние медиакультуры на идентификацию человека. Понятие «планетарного» сознания.
15. Медиаинновации индустриального общества. Определение «клипкультуры».
16. Знаковая система медиакультуры.
17. Медиаменеджмент в управленческой культуре информационной эпохи.
18. Модели современного российского медиаобразования
19. Медиаисследования: цели и виды.
20. Особенности российского рынка медиаисследований.
21. Методология и методика медиаисследований.
22. Структурно-функциональные подходы в медиаисследовании.

Порядок выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. Для успешной работы на семинаре студент должен прочесть указанную преподавателем литературу, активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления слушателей на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

В процессе изучения дисциплины «Современные исследования медиакультуры» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы, выполнение практических заданий.

В рамках самостоятельной работы студент должен:

- исследовать дополнительную научную литературу по социальным проблемам;
- разбирать конкретные кейсы;
- работать с учебником и учебно-методическим материалом, самостоятельно изучать отдельные разделы дисциплины.

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1. Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
2 (устан)	5	0	0	10	0	0	0	15
3	5	0	20	15	0	25	20	85
4	10	0	30	40	0	0	20	100

Программа оценивания учебной деятельности студента в 2 семестре

Лекции

Посещаемость, опрос, активность и др. за один семестр – от 0 до 5 баллов.

Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

Практические занятия

Не предусмотрены.

Самостоятельная работа

Подготовка рефератов, докладов, эссе по темам курса (от 0 до 10 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

Не предусмотрено.

Промежуточная аттестация

Не предусмотрено.

Программа оценивания учебной деятельности студента в 3 семестре

Лекции

Посещаемость, опрос, активность и др. за один семестр – от 0 до 5 баллов.

Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

Практические занятия

Контроль выполнения практических заданий (устные ответы, выступление с докладами, участие в дискуссии, выполнение практических заданий, участие в коллоквиумах) в течение одного семестра (от 0 до 20 баллов).

Самостоятельная работа

Подготовка рефератов, докладов, эссе темам курса (от 0 до 15 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности, не вошедшие в предыдущие колонки таблицы - от 0 до 25 баллов (участие в научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах, тестирование и др.).

Промежуточная аттестация

Зачет

Промежуточная аттестация проводится в устной форме по вопросам для промежуточной аттестации.

Исчерпывающий ответ по вопросам курса – 20 баллов

Верный ответ с незначительными ошибками и пробелами - от 15 до 19 баллов

Верный ответ со значительными недочетами - от 11 до 14 балл

Неверный ответ с серьезными недочетами - от 0 до 10 баллов

При определении разброса баллов при аттестации преподаватель может воспользоваться следующим примером ранжирования:

11-20 баллов – ответ на «зачтено»

0-10 баллов – ответ на «не зачтено».

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за второй и третий семестр по дисциплине «Медиакультура информационного общества» составляет 100 баллов.

Таблица 2. Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Медиакультура информационного общества» в оценку (зачет):

60 баллов и более	«зачтено» (при недифференцированной оценке)
меньше 60 баллов	«не зачтено»

Программа оценивания учебной деятельности студента в 4 семестре

Лекции

Посещаемость, опрос, активность и др. за один семестр – от 0 до 10 баллов.

Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

Практические занятия

Контроль выполнения практических заданий (устные ответы, выступление с докладами, участие в дискуссии, выполнение практических заданий, участие в коллоквиумах) в течение одного семестра (от 0 до 30 баллов).

Самостоятельная работа

Подготовка рефератов, докладов, эссе темам курса (от 0 до 40 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

Не предусмотрено.

Промежуточная аттестация

Зачет с оценкой

Промежуточная аттестация проводится в устной форме по вопросам для промежуточной аттестации.

При определении диапазона баллов при аттестации преподаватель может воспользоваться следующим примером ранжирования:

Исчерпывающий ответ по вопросам курса – 20 баллов

Верный ответ с незначительными ошибками и пробелами - от 15 до 19 баллов

Верный ответ со значительными недочетами - от 11 до 14 балл

Неверный ответ с серьезными недочетами -от 0 до 10 баллов

ответ на «отлично» оценивается 20 баллов;

ответ на «хорошо» оценивается от 15 до 19 баллов;

ответ на «удовлетворительно» оценивается от 11 до 14 баллов;

ответ на «неудовлетворительно» оценивается от 0 до 10 баллов.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за четвертый семестр по дисциплине «Медиакультура информационного общества» составляет 100 баллов.

Таблица 4. Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Медиакультура информационного общества» в оценку (зачет с оценкой):

86 – 100баллов	«отлично»/«зачтено»
71-85баллов	«хорошо»/«зачтено»
60 - 70 баллов	«удовлетворительно» /«зачтено»
меньше 60 баллов	«не удовлетворительно» / «не зачтено»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) литература

1. Интернет-дискурс: Компьютерно-опосредованная коммуникация [Электронный ресурс]: М.: ФЛИНТА, 2015. - Книга находится в ЭБС «Лань»
2. Медиапланирование: стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний, 2-е изд. (Изд.:2) 2020. 2 изд-во: ИТК Дашков и Кавт: Мельникова Н.А. ЭБС IPRbooks
3. Аверченков В.И. Система формирования знаний в среде Интернет [Электронный ресурс]: монография. Брянск: Брянский государственный технический университет, 2012. - 181 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
4. Калмыков А.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 383 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
5. Левин В.И. История информационных технологий [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2020. - 754 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
6. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете. Концептуально-сущностные доминанты [Электронный ресурс]: монография. М.: Российский университет дружбы народов, 2009. - 40 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

б) Интернет-ресурсы

<http://www.bibliotekar.ru/muzeu.htm>

<http://smallbay.ru/renessitaly.html>

<http://art.rin.ru/cgi-bin/index.pl?id=86>

в) Лицензионное программное обеспечение

- ОС Windows
- пакет программ Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс, подключенный к сети «Интернет» и обеспеченный доступом к электронной информационно-образовательной среде, мультимедийное оборудование, информационные базы данных, учебная, научная, монографическая литература, практическая периодика, оборудованные учебные классы.

В рамках занятий по дисциплине, проводимых в форме практической подготовки, основным местом их организации является учебно-научная лаборатория кафедры социальных коммуникаций «ЛИССА».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор:

д. филол. н., профессор
кафедры социальных
коммуникаций

Е.А. Елина

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 30.05.2022 года, протокол №11.