

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

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
К.С. Ю.
Юридический
Факультет
" 31 " 05 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
Социальное мифотворчество

Направление подготовки бакалавриата
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения
очная

Саратов,
2022

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Соколова Дина Михайловна	<i>Д.М. Соколова</i>	30.05.2022
Председатель НМК	Тогузаева Екатерина Николаевна	<i>Е.Н. Тогузаева</i>	30.05.2022
Заведующий кафедрой	Голуб Ольга Юрьевна	<i>О.Ю. Голуб</i>	30.05.2022
Специалист Учебного управления			

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Социальное мифотворчество» являются:

- проанализировать становление и развитие социальной мифологии;
- систематизировать теоретические знания о процессах мифотворчества;
- раскрыть функции социальной мифологии в современном обществе.

Задачи изучения дисциплины:

- раскрыть содержание основных подходов к исследованию социальной мифологии;
- получить представление о рекламном и PR-потенциале мифотехнологий;
- овладеть инструментами мифотворчества.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Социальное мифотворчество» (Б1.О.27) относится к дисциплинам обязательной части блока 1 «Дисциплины (Модули)» учебного плана ООП по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Для изучения дисциплины необходимо обладать знаниями, полученными при изучении дисциплин: «Философия», «Социология», «Психология», «Основы теории коммуникации». Является предшествующей для изучения дисциплин «Рекламное продвижение в социальных сетях», «Контекстная реклама в цифровой среде», «Теория и практика брендинга», «Бренд-коммуникации».

3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства Художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<ul style="list-style-type: none">• знать:<ul style="list-style-type: none">– основы социальных коммуникаций и исследования общественного сознания• уметь:<ul style="list-style-type: none">– критически использовать методы современной науки в конкретной исследовательской и социально-практической деятельности;• владеть:<ul style="list-style-type: none">– понятийным аппаратом, познавательными подходами и методами изучения социальной мифологии; навыками применения мифотехнологий.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины «Социальное мифотворчество» составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

№ п/	Раздел дисциплины	Сем ест	Неде ля семе	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в	Формы текущего контроля успеваемости (по
------	-------------------	---------	--------------	---	--

п		р	стра	часах)			неделям семестра)	Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекции	Практические занятия			
					Общая трудоемкость	Из них – практическая подготовка		
1.	Социальный миф: понятие, сущность, функции	4	1-3	2	5		15	устный опрос по теории; - подготовка докладов, рефератов, выступлений, презентаций.
2.	Социальная мифология в аспекте теоретического исследования	4	4-6	2	5		15	устный опрос по теории; - подготовка докладов, рефератов, выступлений, презентаций, проектов Эссе № 1
3.	Понятие мифотворчества.	4	7-9	2	6		16	устный опрос по теории; - подготовка докладов, рефератов, выступлений, презентаций
4.	Мифотворчество в массовой коммуникации	4	10-12	2	6		16	устный опрос по теории; - подготовка докладов, рефератов, выступлений, презентаций
5.	Специфика мифотворческого процесса в рекламной и PR-деятельности	4	13-15	4	6		16	устный опрос по теории; - подготовка докладов, рефератов, выступлений, проектов

6.	Миф как система реальности	4	16-18	4	6	16	устный опрос по теории; - подготовка докладов, рефератов, выступлений, проектов Эссе №2
7	Промежуточная аттестация	4					Экзамен - 36
8	Итого за семестр – 180			16	34	94	

Содержание дисциплины

Тема 1. Социальный миф: понятие, сущность, функции

Миф и ритуал, миф и архетип, миф и язык, миф и мышление, миф и символ. Миф как текст и представление. Мировоззренческая, интегративная, регулятивная, компенсаторная, аксеологическая функции социальной мифологии. Социальный миф как способ конституирования общности в языковом и культурном отношении.

Тема 2. Социальная мифология в аспекте теоретического исследования

Понятие мифа: различные истолкования. Философия мифа как методологическая база исследования мифологии. Полисемантическая природа понятия «миф». Плюрализм современных теорий мифа.

Античная традиция изучения мифа: миф как аллегория сил природы. Аллегорическое истолкование мифа в традиции философии просвещения (Д. Юм, Б. Фонтенель).

Исследование мифа в традиции трансцендентальной философии от Ф. Шеллинга до Э. Кассирера. Миф в свете «философии символических форм»: миф как форма мышления, миф как форма созерцания, миф как форма жизни.

Антропологическая теория мифа. Ритуалистическая доктрина Д. Фрезера. Концепция «первобытного мышления» в этнологических теориях Э. Тайлора и Л. Леви – Брюля.

Психологическое истолкование мифа (Ф. Ницше, В. Вундт). Постановка проблемы мифа в аналитической психологии К.-Г. Юнга. Миф как форма актуализации коллективного бессознательного. Архетипическая природа мифа.

Структуралистская теория мифа. Проблема мифа и мифологии в структурной антропологии К. Леви – Стросса. Структура мифа (мифемы, бинарные оппозиции). Семиологическая концепция Р. Барта. Миф как «метаязык».

Понятие мифа как «нумиозного опыта». Нумиозное истолкование мифа в философских учениях М. Элиаде. и К. Хюбнера. Подлинные и профанные мифы.

Тема 3. Понятие мифотворчества.

Мифотворчество как процесс. Структура мифотворчества. Создание мифа. Трансляция мифа. Восприятие мифа. Воспроизведение мифа. Мифотворчество в контексте коммуникационных революций. Процесс смены социальных мифов в обществе. Социальная мифология и авторитарное мышление.

Тема 4. Мифотворчество в массовой коммуникации

Мифотворчество в литературе (мифологические сюжеты и аллюзии, конструирование альтернативных мифологических миров). Мифотворчество в прессе (технологии манипуляции общественным сознанием, создание искаженной картины социального мира, мифологизация сообщения). Мифотворчество в кинематографе (кино

как оживление мифа, Голливуд как фабрика мифов массовой культуры и т.п.). Мифотворчество в условиях массового телевидения.

Тема 5. Специфика мифотворческого процесса в рекламной и PR-деятельности

Планирование мифотворческого процесса. Определение целей мифотворчества. «Социальная стратификация» мифологии. Выбор мифологического комплекса. Адаптация мифологического сообщения к коммуникационному каналу.

Ремифологизация современного общества. Миф как способ жизни. Стихийное и целенаправленное мифотворчество. Миф в рекламе как средство не критического восприятия информации. Чудесное и магическое в рекламе.

Мифодизайн. Мифологические символы в современной рекламе. Использование символики цвета, числа, первичных форм, мужского и женского начала в рекламных сюжетах. Архетипическое выражение статусных ролей в рекламе. Приемы героизации в рекламном сюжете. Мифологические универсалии (тайна рождения, инициация, обретение магической силы и т.п.). Основные мифологемы современной рекламы («потеря и обретение», «разрушение и восстановление» миропорядка, «мифологический Герой», «волшебные предметы» и др.). Мифология виртуальности и искусственной среды.

Тема 6. Миф как система реальности

Понятие мифологического (мифического) времени. Основные топологические и метрические различия между мифологическим и современным способами понимания времени. Многомерность времени в мифе. Священное и профанное время как измерения жизни в мифе. Цикличность священного времени. Моноциклические и полициклические мифы. Миф о «вечном возвращении». Время мифа и Вечность.

Понятие мифологического (мифического) пространства. Основные топологические и метрические различия между мифологическим и научным способами понимания пространства. Дискретность, негомогенность, неизотропность мифологического пространства. Многомерность пространства в мифе. Священное и профанное пространства, их взаиморасположенность. Концепция «священного пространства» М. Элиаде. Мифологема «Перехода». Пространство мифа и Космос.

Пространственно – временные измерения и система реальности в мифе. Миф как система. Рациональность мифа.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

В учебном процессе при реализации компетентностного подхода используются активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Эти формы сочетаются с внеаудиторной работой в целях формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. При изучении дисциплины «Социальное мифотворчество» также применяются стандартные формы обучения (лекции, практические занятия с обсуждением проблемных вопросов и докладов).

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

Формы контроля: выполнение контрольных заданий и тестов, эссе, обсуждение актуальных проблем на творческих группах. Итоговый контроль – экзамен.

При проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов 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 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, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 44% аудиторных занятий (*определяется с учетом требований ПООП и специфики ООП*). Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 20 % аудиторных занятий (*определяется соответствующим ФГОС и локальными нормативными актами СГУ*).

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 94 часа. В процессе изучения дисциплины «Социальное мифотворчество» используются следующие виды самостоятельной работы: конспектирование первоисточников, письменные домашние задания, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы, написание эссе, выполнение проектов.

6.1. Виды самостоятельной работы

№ темы	Вид самостоятельной работы	Кол-во часов	График выдачи заданий и формы контроля
1	Изучение основной и дополнительной литературы. Подготовка докладов, сообщений. Подготовка к опросу	15	Устный опрос. Обсуждение сообщений
2	Изучение основной и	15	Устный опрос. Обсуждение

	дополнительной литературы. Учебная сетевая активность. Подготовка докладов, сообщений.		проектов. Обсуждение эссе №1.
3	Изучение основной и дополнительной литературы. Учебная сетевая активность. Подготовка докладов, сообщений. Подготовка к опросу	16	Устный опрос. Обсуждение сообщений и докладов
4	Изучение основной и дополнительной литературы. Учебная сетевая активность. Домашние задания. Конспектирование первоисточников. Подготовка проектов	16	Опрос. Обсуждение сообщений и проектов. Проверка работ.
5	Изучение основной и дополнительной литературы. Учебная сетевая активность. Подготовка к тестированию. Конспектирование первоисточников. Разбор конкретной ситуации	16	Опрос. Обсуждение сообщений и проектов.
6	Изучение основной и дополнительной литературы. Учебная сетевая активность. Конспектирование первоисточников. Подготовка проектов	16	Опрос. Обсуждение проектов. Проверка работ Обсуждение проектов. Обсуждение эссе №2
7	Всего	94	

6.2. Вопросы для углубленного самостоятельного изучения

Конспектирование первоисточников:

- 1) Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки. — Л.: Изд-во Ленингр. гос. ордена Ленина ун-та, 1946. — 340 с.
- 2) Мелетинский Е.М. Первобытные истоки словесного искусства // Ранние формы искусства/ Под ред. Е.М. Мелетинского // М.: Искусство. 1972. -480 с. С. 149-190.
- 3) Мирча Э. Аспекты мифа. Пер. сфр. В.Большакова. М.: Инвест- ППП, СТ «ППП», 1996. - 240 с.
- 4) Мирча М. Священное и мирское. М.: Изд-во МГУ, 1994. - 144 с

Методические рекомендации по конспектированию источников

Конспектирование относится к числу наиболее важных общеучебных умений. На него опирается весь учебный процесс, так как студентам постоянно приходится использовать для подготовки к занятиям конспектирование лекций преподавателя, учебного параграфа или дополнительной литературы, текста источника права.

Конспект нужен для того, чтобы:

- научиться перерабатывать любую информацию, придавая ей иной вид, тип, форму;
- выделить в письменном или устном тексте самое необходимое и нужное для решения учебной или научной задачи;
- создать модель проблемы (понятийную или структурную);
- упростить запоминание текста, облегчить овладение специальными терминами;
- накопить информацию для написания более сложной работы в виде доклада, реферата, дипломной работы, диссертации, статьи, книги.

Не любую краткую запись можно назвать конспектом. Понятие конспект подразумевает объединение плана, выписок, тезисов или, по крайней мере, двух любых этих форм. Главное требование к конспекту - запись должна быть систематической, логической, связной.

Особенности составления конспектов:

1. Беглый просмотр с целью определить полноту раскрытия темы; определение характера текста (теоретический или эмпирический, т.е. основанный на опыте); выявление степени сложности по наличию новых или непонятных терминов-понятий. Такое предварительное знакомство с текстом, а также учет собственных задач помогает осознанно выбрать вид конспектирования.

2. Научно-исследовательская работа по переработке информации. Все начинается с повторного чтения и анализа. Анализ позволяет разделить текст на части, отделить одно положение от другого и выделить нужное.

3. Выделение главных мыслей текста – тезисов. Тезисом в зависимости от задач конспектирования может быть: понятие или категория и их определения, закон и его формулировка, факты и события и доказательства их истинности и т.д. Эти ведущие, главные позиции могут выписываться либо в технике цитирования, либо в произвольном стиле, своими словами. Цитировать принято в следующих случаях: для точной передачи мысли; для последующей ссылки на автора; для иллюстрации стиля мышления автора. Насколько часто можно цитировать в конспекте – вопрос открытый. По необходимости, но не очень много (исключение составляют текстуальные или цитатные конспекты).

Прежде всего, составляя конспект, обычно стремятся к форме связного пересказа, но делают это не в ущерб другим, более важным качествам конспекта – ясности и краткости. И тут важно заметить, что связующим звеном при составлении конспекта должна быть внутренняя логика изложения, которую не следует заменять пространными словесными переходами.

С другой стороны, конспекты при обязательной краткости содержат не только основные положения и выводы, но и факты, доказательства, примеры. Ведь утверждение, не подкрепленное фактом или примером, не будет убедительным и труднее запомнится.

Поэтому при составлении конспекта записывают не только основные положения. Не следует также избегать повторений, если они по-другому подводят в вопросу или дополнительно, более выразительно освещают его.

На страницах записи может быть отражено отношение составителя к материалу. Но при этом следует организовать текст так, чтобы можно было впоследствии легко разобраться, где авторская, а где ваша личная трактовка вопроса.

Конспекты условно можно разделить на четыре типа: плановые, текстуальные (из цитат), свободные, тематические.

Советы по организации текста конспекта

В процессе конспектирования целесообразно использовать различные сигнальные знаки, увеличивающие информативность сжатого конспекта: стрелки, подчеркивания, линии выделение в рамку, восклицательный и вопросительный знаки, знак PS, означающий послесловие, т.е. написанное после, приписанное и т.д. Каждый может иметь свою систему знаков, с помощью которых оценивается информация не словесным, а условно символическим способом.

Сокращению конспекта, свертыванию информации способствуют также использование аббревиатур, т.е. сокращенных слов и словосочетаний, использование вместо слов знаков. Например, вместо слов «равенство», «подобие», «сходство». можно использовать знак равенства «=», вместо слов «больше, меньше» - математические знаки «<, >» и т. д.

Вопросы для промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины в форме экзамена

1. Миф и ритуал, миф и архетип, миф и язык, миф и мышление, миф и символ.
2. Миф как текст и представление.
3. Мировоззренческая, интегративная, регулятивная, компенсаторная, аксеологическая функции социальной мифологии.
4. Социальный миф как способ конституирования общности в языковом и культурном отношении.
5. Мифотворчество как процесс.
6. Структура мифотворчества.
7. Создание мифа.
8. Трансляция мифа.
9. Восприятие мифа.
10. Воспроизведение мифа.
11. Мифотворчество в контексте коммуникационных революций.
12. Мифотворчество в литературе (мифологические сюжеты и аллюзии, конструирование альтернативных мифологических миров).
13. Мифотворчество в прессе (технологии манипуляции общественным сознанием, создание искаженной картины социального мира, мифологизация сообщения).
14. Мифотворчество в кинематографе (кино как оживление мифа, Голливуд как фабрика мифов массовой культуры и т.п.).
 - a. Мифотворчество в условиях массового телевидения.
15. Планирование мифотворческого процесса.
16. Определение целей мифотворчества.
17. Выбор мифологического комплекса.
18. Адаптация мифологического сообщения к коммуникационному каналу.
19. Стихийное и целенаправленное мифотворчество.
20. Миф в рекламе как средство не критического восприятия информации.
21. Чудесное и магическое в рекламе.
22. Мифодизайн.
23. Мифологические символы в современной рекламе.
24. Использование символики цвета, числа, первичных форм, мужского и женского начала в рекламных сюжетах.
25. Архетипическое выражение статусных ролей в рекламе.
26. Приемы героизации в рекламном сюжете.
27. Мифологические универсалии (тайна рождения, инициация, обретение магической силы и т.п.).
28. Основные мифологемы современной рекламы («потеря и обретение», «разрушение и восстановление» миропорядка, «мифологический Герой», «волшебные предметы» и др.).
29. Мифология виртуальности и искусственной среды.
30. Интернет-мифология.

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 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
4	10	0	20	25	0	15	30	100

**Программа оценивания учебной деятельности студента
4 семестр**

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, работа с Интернет-ресурсами, разработка проектов) в течение одного семестра (от 0 до 20 баллов).

Самостоятельная работа

Подготовка рефератов, докладов, эссе (от 0 до 25 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности, не вошедшие в предыдущие колонки таблицы - от 0 до 15 баллов (участие в научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах, тестирование и др.).

Промежуточная аттестация– дифференцированный зачет – от 0 до 30 баллов

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

21-30 баллов – ответ на «отлично» / «зачтено»

16-20 баллов – ответ на «хорошо» / «зачтено»

11-15 баллов – ответ на «удовлетворительно» / «зачтено»

0-10 баллов – ответ на «не удовлетворительно» / «не зачтено».

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 4 семестр по дисциплине «Социальное мифотворчество» составляет **100** баллов.

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Социальное мифотворчество» в оценку (зачет с оценкой):

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

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

а) литература:

1. Куляпин А.И. Мифология советской повседневности в литературе и культуре сталинской эпохи [Электронный ресурс]: монография / Куляпин А. И. - Москва: Языки славянских культур, 2013. - 240 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. ✓
2. Лукашева Е. А. Мифологизация политической и правовой жизни [Электронный ресурс]: монография / Е. А. Лукашева. - 1. - Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2020. - 272 с. - ISBN 9785917685670: Б. ц. ЭБС "ZNANIUM.com" ✓
3. Назаров А.Г. Социальная мифология в пространстве масс-медиа [Текст] / А. Г. Назаров, С. В. Тихонова, К. Е. Халин; Саратов. гос. социал.-экон. ун-т. - Саратов : Издательский центр "Наука", 2007. - 141, [1] с. ✓2
4. Найдыш В.М. Мифология [Текст] / Найдыш В.М. - Москва: КноРус, 2015. - 432 с. - ISBN 978-5-406-04013-3. ЭБС "BOOK.ru"
5. Найдыш В.М. Философия мифологии XIX – начало XXI вв. [Текст] / В.М. Найдыш – Москва: Альфа – М., 2004. – 544 с. ЭБС ИНФРА-М ✓
6. Осипов Геннадий Васильевич. Социальное мифотворчество и социальная практика [Текст]. М.: Норма, 2000. - 541, [3] с. ✓2
7. Шестов, Н.И. Политический миф теперь и прежде / Под ред. проф. А.И. Демидова / Н. И. Шестов. - М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. ✓6

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- <http://mythology.sgu.ru/> (он-лайн тесты)
- <http://mifolog.ru/> (он-лайн энциклопедия)
- <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm> - электронная библиотека по проблемам массовых коммуникаций и журналистики;
- http://www.edu.ru/modules.php?op=modload&name=Web_Links&file=index&l_op=vie_wlink&cid=1281 – федеральный портал: «Российское образование».

Лицензионное программное обеспечение

- ОС Windows и пакет программ Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- мультимедийная аудитория;
- компьютерный класс;
- компьютер (ноутбук);
- проектор.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Авторы:

к.филол.н., доцент

Соколова Д.М.

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