|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Министерство науки и высшего образования Российской Федерации | | |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение | | |
| высшего образования | | |
| «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина | | |
| (Технологии. Дизайн. Искусство)» | | |
|  | | |
| Институт | социальной инженерии |
| Кафедра | социологии и рекламных коммуникаций |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | | |
| **Семиотика в рекламе и связях с общественностью** | | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 42.03.01 | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью  в коммерческой сфере | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма(-ы) обучения | очная/заочная | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Рабочая программа учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» основной профессиональной образовательной программы высшего образования*,* рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 1 от 26.08.2021 г. | | | |
| Разработчик рабочей программы учебной дисциплины: | | | |
|  | Доцент | О.В. Кащеев | |
| Заведующий кафедрой: | | Е.Г. Карпова C:\Users\CalibMcFly\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Word\3cb5a4d1-f691-4c30-8dd8-452550d4df98.jpg |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Теория и практика массовой информации» изучается во втором и третьем семестрах.
      2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации: зачет и экзамен.

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.
      2. 1.3. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:
    - Теория и практика массовой информации
    - Методология и методы исследования в рекламе
    - Основы теории коммуникации
    - Основы рекламной деятельности и PR
    - Интегрированные коммуникации в рекламе и PR
    - Основы проектной деятельности
    - Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
      1. Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:
    - Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
    - Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
    - Социология рекламы и PR в коммерческой сфере
    - Брендинг в коммерческой сфере
    - Современные массмедиа в коммерческой сфере
    - Производственная практика. Профессионально-творческая практика
      1. Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики. преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

# ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

* + - 1. Целями освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» являются:
    - изучение взаимодействия социальных структур и коммуникативной деятельности их представителей, закономерностей и эффективности деятельности систем массовой коммуникации;
    - изучение функционирование систем массовой коммуникации, их содержания и структур, аудитории СМИ, каналов распространения информации, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительное или рекламное воздействие;
    - создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
    - создание информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде;
    - формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
      1. Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения**  **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ПК-2  Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ИД-ПК-2.1  Использование различных источников информации для выявления целевого сегмента и выбора маркетинговых коммуникационных инструментов | Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации;  коммуникационного продукта  Использует различные источники информации для выявления целевого сегмента и выбора маркетинговых коммуникационных инструментов;  Применяет основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта |
| ИД-ПК-2.1  Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта |
| ПК-5  Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИД-ПК-5.1  Создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта | Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.  Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.  Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде. |
| ИД-ПК-5.2  Создание информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде |

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 6 | **з.е.** | 216 | **час.** |
| по заочной форме обучения – | 6 | **з.е.** | 216 | **час.** |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура и объем дисциплины** | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины по семестрам** | **форма промежуточной аттестации** | **всего, час** | **Контактная аудиторная работа, час** | | | | **Самостоятельная работа обучающегося, час** | | |
| **лекции, час** | **практические занятия, час** | **лабораторные занятия, час** | **практическая подготовка, час** | **курсовая работа** | **самостоятельная работа обучающегося, час** | **промежуточная аттестация, час** |
| 2 семестр | зачет | 72 | 18 | 18 |  |  |  | 36 |  |
| 3 семестр | экзамен | 144 | 34 | 34 |  |  |  | 40 | 36 |
| Всего: |  | 216 | 52 | 52 |  |  |  | 76 | 36 |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (заочная форма обучения)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура и объем дисциплины** | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины по семестрам** | **форма промежуточной аттестации** | **всего, час** | **Контактная аудиторная работа, час** | | | | **Самостоятельная работа обучающегося, час** | | |
| **лекции, час** | **практические занятия, час** | **лабораторные занятия, час** | **практическая подготовка, час** | **курсовая работа** | **самостоятельная работа обучающегося, час** | **промежуточная аттестация, час** |
| 1 курс |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| зимняя сессия |  | 36 | 4 | 6 |  |  |  | 26 |  |
| летняя сессия | зачет | 36 |  |  |  |  |  | 32 | 4 |
| установочная сессия |  | 72 | 6 | 6 |  |  |  | 60 |  |
| зимняя сессия | экзамен | 72 |  |  |  |  |  | 63 | 9 |
| Всего: |  | 216 | 10 | 12 |  |  |  | 181 | 13 |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| **Планируемые (контролируемые) результаты освоения:**  **код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций** | **Наименование разделов, тем;**  **форма(ы) промежуточной аттестации** | **Виды учебной работы** | | | | **Самостоятельная работа, час** | **Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости;**  **формы промежуточного контроля успеваемости** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Контактная работа** | | | |
| **Лекции, час** | **Практические занятия, час** | ***Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час*** | **Практическая подготовка, час** |
|  | **Второй семестр** | | | | | | |
| ПК-2  ИД-ПК-2.1  ИД-ПК-2.2 | **Раздел I. Изучение взаимодействия социальных структур и коммуникативной деятельности их представителей, закономерностей и эффективности деятельности систем массовой коммуникации.** | 18 | 18 |  |  | 36 | Формы текущего контроля  по разделу I:  Собеседование  Тест |
| Тема 1.1  Теория и практика массовой информации (ТПМИ) как отрасль научного познания. Генезис. Общение. Коммуникация. Речевая деятельность. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.2  Основы теории массовой информации. Социологические доминанты коммуникации. Функции коммуникации. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.3  Системность коммуникации и виды коммуникативных систем. Уровни коммуникации. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.4  Коммуникационная культура и коммуникационные потребности личности. Коммуникационные каналы. Типы и формы коммуникации. Коммуникационные барьеры. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.5  Межличностная коммуникация. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Барьеры в межличностной коммуникации. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.6  Манипуляция в межличностной коммуникации. Защита от манипулятивного воздействия. | 4 |  |  |  |  |
| Тема 1.7  Социологические методы исследования массовой коммуникации. Методики изучения реального теле- и радио поведения. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 1.8  Массовая коммуникация. Наиболее известные теоретические подходы к исследованию СМИ. Средства массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации.  Барьеры массовой коммуникации. | 2 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 1.1  Специфика коммуникации. Наиболее популярные теории, составившие основу ТПМИ. Общение. Коммуникация. Речевая деятельность. |  | 2 |  |  | 4 |
| Практическое занятие № 1.2  Аспекты социальной коммуникации: онтологический, гносеологический и методологический. Социологические доминанты коммуникации. Базовые и частные/специализированные функции коммуникации. |  | 2 |  |  | 4 |
| Практическое занятие № 1.3  Виды коммуникативных систем. Семиотический, синтетический, лингвистический, паралингвистический и металингвистический уровни коммуникативных систем. |  | 2 |  |  | 6 |
| Практическое занятие № 1.4  Коммуникационная культура. Коммуникационные каналы. Типы и формы коммуникации. Коммуникационные барьеры. |  | 2 |  |  | 4 |
|  | Практическое занятие № 1.5  Особенности межличностной коммуникации и ее моделирование. Функции межличностной коммуникации. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Стили межличностной коммуникации. Барьеры в межличностной коммуникации. |  | 2 |  |  | 4 |  |
|  | Практическое занятие № 1.6  Основные типы манипуляторов. Отличительные черты манипуляции. Истоки манипуляции. Стратегии защиты от манипулятивного воздействия. |  | 4 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 1.7  Социологические методы исследования массовой коммуникации. Методики изучения реального теле- и радио поведения. |  | 2 |  |  | 4 |  |
|  | Практическое занятие № 1.8  Особенности массовой коммуникации. Условия, необходимые для функционирования массовой коммуникации. Влияние СМИ на аудиторию. Функции массовой коммуникации. Барьеры массовой коммуникации. |  | 2 |  |  | 4 |  |
|  | Зачет |  |  |  |  |  | Зачет по билетам |
|  | **ИТОГО за второй семестр** | 18 | 18 |  |  | 36 |  |
|  | **Третий семестр:** |  |  |  |  |  |  |
| ПК-5:  ИД-ПК-5.1  ИД-ПК-5.2 | **Раздел II. Изучение функционирование систем массовой коммуникации, их содержания и структур, аудитории СМИ, каналов распространения информации, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительное или рекламное воздействие; создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта** | 34 | 34 |  |  | 40 | Формы текущего контроля  по разделу II:  Собеседование  Тест |
| Тема 2.1  Теории, заложившие основу изучения массовой коммуникации. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. | 1,0 |  |  |  |  |
| Тема 2.2  Основные теории, определяющие роль средств массовой информации в жизни современного общества. | 1,5 |  |  |  |  |
| Тема 2.3  Моделирование массовой коммуникации. | 1,0 |  |  |  |  |
| Тема 2.4  Изучение эффектов массовой коммуникации. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.5  Основные теории постиндустриального/информационного общества. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.6  Коммуникативные процессы в эпоху информациональной и глобальной экономики. Взгляды М.Кастельса. Всеобщая цифровизация, как основа создания Индустрии 4.0. и построения Общества 5.0. | 2,5 |  |  |  |  |
| Тема 2.7  Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Понятие симулякра и фазы его развития. Гипотеза Ж. Бадрийярда об имплозии смысла в СМИ. | 3 |  |  |  |  |
| Тема 2.8  Свобода слова и печати. Идейно-теоретические концепции свободы печати. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.9  Теории, отражающие деятельность СМИ.  Типы СМИ (прессы). | 3 |  |  |  |  |
| Тема 2.10  Теории массового общества и пропаганды. Общество массового потребления. Массовая культура. Цели устойчивого развития, ответственное производство и потребление. | 2,5 |  |  |  |  |
| Тема 2.11  Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.12  Массовая коммуникация и реклама. Виды и типы рекламы. Семиотика рекламы. | 3 |  |  |  |  |
| Тема 2.13  Межкультурная коммуникация. Личность и СМИ. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.14  Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.15  Психологическое воздействие на массовую аудиторию. | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2.16  Информационные войны и манипуляции в системе массовой коммуникации. Методы и приемы ведения информационно-психологической войны при помощи методов пропагандистского манипулирования сознанием. | 2,5 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 2.1  Теории, заложившие основу изучения массовой коммуникации. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. |  | 1 |  |  | 2 |
| Практическое занятие № 2.2  Основные теории, определяющие роль средств массовой информации в жизни современного общества. |  | 1,5 |  |  | 2 |
| Практическое занятие № 2.3  Моделирование массовой коммуникации. |  | 1 |  |  | 2 |
| Практическое занятие № 2.4  Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Концепции лидеров мнения, изменения установок. Селективные процессы в массовом сознании. Теории: диффузии инноваций, социального научения, активного телепросмотра, обретение пользы и удовлетворения, активной аудитории, игры, заговора и медиазависимости, информационной насыщенности, социальных сетей, спираль молчания и др. |  | 2 |  |  | 3 |
|  | Практическое занятие № 2.5  Взгляды Д.Белла. Теории: М. Маклюэна, О. Тоффлера, Г. Кана, З.Бжезинского, Ф.Фукуямы, В.Л. Иноземцева, С.Л.Афанасьева и др. |  | 2 |  |  | 3 |  |
|  | Практическое занятие № 2.6  Коммуникативные процессы в эпоху информациональной и глобальной экономики. Взгляды М.Кастельса: информационализм, глобализм, сетевые предприятия и сетевое общество, идеи «Четвертого мира», массовая само коммуникация, роль государства в новом мире, культура реальной виртуальности. Цифровизация. Индустрия 4.0., Общество 5.0. |  | 2,5 |  |  | 3 |  |
|  | Практическое занятие № 2.7  Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Манипулятивные приемы и технологии. Понятие симулякра и фазы его развития. Гипотеза Ж. Бадрийярда об имплозии смысла в СМИ. |  | 3 |  |  | 3 |  |
|  | Практическое занятие № 2.8  Свобода слова и печати. Идейно-теоретические концепции свободы печати в историческом ракурсе. |  | 2 |  |  | 2 |  |
|  | Практическое занятие № 2.9  Теории, отражающие деятельность СМИ.  Типы СМИ (прессы): авторитарная, либертарианская, советская (коммунистическая), социальной ответственности, периода развития, демократического участия. |  | 3 |  |  | 4 |  |
|  | Практическое занятие № 2.10  Теории массового общества и пропаганды. Общество массового потребления. Массовая культура. Цели устойчивого развития, ответственное производство и потребление, «медленная мода». |  | 2,5 |  |  | 3 |  |
|  | Практическое занятие № 2.11  Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Виды PR. |  | 2 |  |  | 2 |  |
|  | Практическое занятие № 2.12  Массовая коммуникация и реклама. Виды и типы рекламы. Политическая коммуникация и реклама. Социальная реклама. Экологическая реклама. Семиотика рекламы. |  | 3 |  |  | 2 |  |
|  | Практическое занятие № 2.13  Межкультурная коммуникация. Личность и СМИ. Интернет и права личности. |  | 2 |  |  | 2 |  |
|  | Практическое занятие № 2.14  Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия. Суггестия в рекламе. |  | 2 |  |  | 3 |  |
|  | Практическое занятие № 2.15  Психологическое воздействие на аудиторию: психоаналитический подход, нейролингвистическое программирование, гипнотический подход: суггестия или внушение, техники эриксонианского гипноза в рекламе, дополнительные техники наведения трансового состояния, используемые в рекламном деле, основные лингвистические суггестивные технологии. |  | 2 |  |  | 3 |  |
|  | Практическое занятие № 2.16  Информационная война. Закономерности информационной войны. Инструментарий воздействия в рамках информационной войны в СМИ. Способы ведения информационно-психологической войны. Манипуляция сознанием. Распространение слухов и мифов. Основные формы психологической защиты. Методы, разрушающие защитные механизмы. |  | 2,5 |  |  | 3 |  |
|  | Экзамен |  |  |  |  | 36 | экзамен по билетам |
|  | **ИТОГО за третий семестр** | 34 | 34 |  |  | 76 |  |
|  | **ИТОГО за весь период** | **52** | **52** |  |  | **112** |  |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения)

| **Планируемые (контролируемые) результаты освоения:**  **код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций** | **Наименование разделов, тем;**  **форма(ы) промежуточной аттестации** | **Виды учебной работы** | | | | **Самостоятельная работа, час** | **Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости;**  **формы промежуточного контроля успеваемости** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Контактная работа** | | | |
| **Лекции, час** | **Практические занятия, час** | ***Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час*** | **Практическая подготовка, час** |
|  | **Первый/Второй курс** | | | | | | |
| ПК-2  ИД-ПК-2.1  ИД-ПК-2.2 | **Раздел I. Изучение взаимодействия социальных структур и коммуникативной деятельности их представителей, закономерностей и эффективности деятельности систем массовой коммуникации.** | 4 | 4 |  |  | 81 | Формы текущего контроля  по разделу I:  Собеседование  Тест |
| Тема 1.1  Теория и практика массовой информации (ТПМИ) как отрасль научного познания. Генезис. Общение. Коммуникация. Речевая деятельность. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.2  Основы теории массовой информации. Социологические доминанты коммуникации. Функции коммуникации. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.3  Системность коммуникации и виды коммуникативных систем. Уровни коммуникации. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.4  Коммуникационная культура и коммуникационные потребности личности. Коммуникационные каналы. Типы и формы коммуникации. Коммуникационные барьеры. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.5  Межличностная коммуникация. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Барьеры в межличностной коммуникации. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.6  Манипуляция в межличностной коммуникации. Защита от манипулятивного воздействия. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.7  Социологические методы исследования массовой коммуникации. Методики изучения реального теле- и радио поведения. | 0,5 |  |  |  |  |
| Тема 1.8  Массовая коммуникация. Наиболее известные теоретические подходы к исследованию СМИ. Средства массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации.  Барьеры массовой коммуникации. | 0,5 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 1.1  Специфика коммуникации. Наиболее популярные теории, составившие основу ТПМИ. Общение. Коммуникация. Речевая деятельность. |  | 0,5 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 1.2  Аспекты социальной коммуникации: онтологический, гносеологический и методологический. Социологические доминанты коммуникации. Базовые и частные/специализированные функции коммуникации. |  | 0,5 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 1.3  Виды коммуникативных систем. Семиотический, синтетический, лингвистический, паралингвистический и металингвистический уровни коммуникативных систем. |  | 0,5 |  |  | 11 |
| Практическое занятие № 1.4  Коммуникационная культура. Коммуникационные каналы. Типы и формы коммуникации. Коммуникационные барьеры. |  | 0,5 |  |  | 11 |
|  | Практическое занятие № 1.5  Особенности межличностной коммуникации и ее моделирование. Функции межличностной коммуникации. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Стили межличностной коммуникации. Барьеры в межличностной коммуникации. |  | 0,5 |  |  | 11 |  |
|  | Практическое занятие № 1.6  Основные типы манипуляторов. Отличительные черты манипуляции. Истоки манипуляции. Стратегии защиты от манипулятивного воздействия. |  | 0,5 |  |  | 11 |  |
|  | Практическое занятие № 1.7  Социологические методы исследования массовой коммуникации. Методики изучения реального теле- и радио поведения. |  | 0,5 |  |  | 7 |  |
|  | Практическое занятие № 1.8  Особенности массовой коммуникации. Условия, необходимые для функционирования массовой коммуникации. Влияние СМИ на аудиторию. Функции массовой коммуникации. Барьеры массовой коммуникации. |  | 0,5 |  |  | 8 |  |
| ПК-5:  ИД-ПК-5.1  ИД-ПК-5.2 | **Раздел II. Изучение функционирование систем массовой коммуникации, их содержания и структур, аудитории СМИ, каналов распространения информации, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительное или рекламное воздействие; создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта** | 6 | 8 |  |  | 100 | Формы текущего контроля  по разделу II:  Собеседование  Тест |
| Тема 2.1  Теории, заложившие основу изучения массовой коммуникации. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.2  Основные теории, определяющие роль средств массовой информации в жизни современного общества. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.3  Моделирование массовой коммуникации. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.4  Изучение эффектов массовой коммуникации. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.5  Основные теории постиндустриального/информационного общества. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.6  Коммуникативные процессы в эпоху информациональной и глобальной экономики. Взгляды М.Кастельса. Всеобщая цифровизация, как основа создания Индустрии 4.0. и построения Общества 5.0. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.7  Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Понятие симулякра и фазы его развития. Гипотеза Ж. Бадрийярда об имплозии смысла в СМИ. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.8  Свобода слова и печати. Идейно-теоретические концепции свободы печати. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.9  Теории, отражающие деятельность СМИ.  Типы СМИ (прессы). | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.10  Теории массового общества и пропаганды. Общество массового потребления. Массовая культура. Цели устойчивого развития, ответственное производство и потребление. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.11  Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.12  Массовая коммуникация и реклама. Виды и типы рекламы. Семиотика рекламы. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.13  Межкультурная коммуникация. Личность и СМИ. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.14  Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия. | 0.25 |  |  |  |  |
| Тема 2.15  Психологическое воздействие на массовую аудиторию. | 1,25 |  |  |  |  |
| Тема 2.16  Информационные войны и манипуляции в системе массовой коммуникации. Методы и приемы ведения информационно-психологической войны при помощи методов пропагандистского манипулирования сознанием. | 1,25 |  |  |  |  |
| Практическое занятие № 2.1  Теории, заложившие основу изучения массовой коммуникации. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. |  | 0,5 |  |  | 6 |
| Практическое занятие № 2.2  Основные теории, определяющие роль средств массовой информации в жизни современного общества. |  | 0,5 |  |  | 6 |
| Практическое занятие № 2.3  Моделирование массовой коммуникации. |  | 0,5 |  |  | 6 |
| Практическое занятие № 2.4  Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Концепции лидеров мнения, изменения установок. Селективные процессы в массовом сознании. Теории: диффузии инноваций, социального научения, активного телепросмотра, обретение пользы и удовлетворения, активной аудитории, игры, заговора и медиазависимости, информационной насыщенности, социальных сетей, спираль молчания и др. |  | 0,5 |  |  | 6 |
|  | Практическое занятие № 2.5  Взгляды Д.Белла. Теории: М. Маклюэна, О. Тоффлера, Г. Кана, З.Бжезинского, Ф.Фукуямы, В.Л. Иноземцева, С.Л.Афанасьева и др. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.6  Коммуникативные процессы в эпоху информациональной и глобальной экономики. Взгляды М.Кастельса: информационализм, глобализм, сетевые предприятия и сетевое общество, идеи «Четвертого мира», массовая само коммуникация, роль государства в новом мире, культура реальной виртуальности. Цифровизация. Индустрия 4.0., Общество 5.0. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.7  Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Манипулятивные приемы и технологии. Понятие симулякра и фазы его развития. Гипотеза Ж. Бадрийярда об имплозии смысла в СМИ. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.8  Свобода слова и печати. Идейно-теоретические концепции свободы печати в историческом ракурсе. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.9  Теории, отражающие деятельность СМИ.  Типы СМИ (прессы): авторитарная, либертарианская, советская (коммунистическая), социальной ответственности, периода развития, демократического участия. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.10  Теории массового общества и пропаганды. Общество массового потребления. Массовая культура. Цели устойчивого развития, ответственное производство и потребление, «медленная мода». |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.11  Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Виды PR. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.12  Массовая коммуникация и реклама. Виды и типы рекламы. Политическая коммуникация и реклама. Социальная реклама. Экологическая реклама. Семиотика рекламы. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.13  Межкультурная коммуникация. Личность и СМИ. Интернет и права личности. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.14  Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия. Суггестия в рекламе. |  | 0,5 |  |  | 6 |  |
|  | Практическое занятие № 2.15  Психологическое воздействие на аудиторию: психоаналитический подход, нейролингвистическое программирование, гипнотический подход: суггестия или внушение, техники эриксонианского гипноза в рекламе, дополнительные техники наведения трансового состояния, используемые в рекламном деле, основные лингвистические суггестивные технологии. |  | 0,5 |  |  | 8 |  |
|  | Практическое занятие № 2.16  Информационная война. Закономерности информационной войны. Инструментарий воздействия в рамках информационной войны в СМИ. Способы ведения информационно-психологической войны. Манипуляция сознанием. Распространение слухов и мифов. Основные формы психологической защиты. Методы, разрушающие защитные механизмы. |  | 0,5 |  |  | 8 |  |
|  | Зачет |  |  |  |  | 4 |  |
|  | Экзамен |  |  |  |  | 9 | экзамен по билетам |
|  | **ИТОГО за третий семестр** | 10 | 12 |  |  | 194 |  |
|  | **ИТОГО за весь период** | **10** | **12** |  |  | **194** |  |

## Краткое содержание учебной дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ пп** | **Наименование раздела и темы дисциплины** | **Содержание раздела (темы)** |
| **Раздел I** | **Изучение взаимодействия социальных структур и коммуникативной деятельности их представителей, закономерностей и эффективности деятельности систем массовой коммуникации.** | |
| Тема 1.1 | Теория и практика массовой информации (ТПМИ) как отрасль научного познания. Генезис. Общение. Коммуникация. Речевая деятельность. | Теория и практика массовой информации (ТПМИ) как отрасль научного познания. Специфика коммуникации. Генезис. Наиболее популярные теории, составившие основу ТПМИ. Общение. Коммуникация. Речевая деятельность. |
| Тема 1.2 | Основы теории массовой информации. Социологические доминанты коммуникации. Функции коммуникации. | Основы теории массовой информации. Аспекты социальной коммуникации: онтологический, гносеологический и методологический. Социологические доминанты коммуникации. Базовые и частные/специализированные функции коммуникации. |
| Тема 1.3 | Системность коммуникации и виды коммуникативных систем. Уровни коммуникации. | Системность коммуникации, как главное свойство. Виды коммуникативных систем: естественные и искусственные. Семиотический, синтетический, лингвистический, паралингвистический и металингвистический уровни коммуникативных систем. |
| Тема 1.4 | Коммуникационная культура и коммуникационные потребности личности. Коммуникационные каналы. Типы и формы коммуникации. Коммуникационные барьеры. | Коммуникационная культура. Коммуникативные потребности личности Коммуникационные каналы. История и этапы их становления. Интернет, рунет. Типы и формы коммуникации. Коммуникационные барьеры. |
| Тема 1.5 | Межличностная коммуникация. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Барьеры в межличностной коммуникации. | Межличностная коммуникация. Особенности межличностной коммуникации и ее моделирование. Функции межличностной коммуникации. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Стили межличностной коммуникации. Барьеры в межличностной коммуникации. |
| Тема 1.6 | Манипуляция в межличностной коммуникации. Защита от манипулятивного воздействия. | Манипуляция в межличностной коммуникации. Основные типы манипуляторов. Отличительные черты манипуляции. Истоки манипуляции. Стратегии защиты от манипулятивного воздействия. |
| Тема 1.7 | Социологические методы исследования массовой коммуникации. Методики изучения реального теле- и радио поведения. | Социологические методы исследования массовой коммуникации. Программа и этапы исследования. Методики изучения реального теле- и радио поведения. |
| Тема 1.8 | Массовая коммуникация. Наиболее известные теоретические подходы к исследованию СМИ. Средства массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации.  Барьеры массовой коммуникации. | Массовая коммуникация. Наиболее известные теоретические подходы к исследованию СМИ. Средства массовой коммуникации. Ее отличия от межличностной коммуникации. Особенности массовой коммуникации. Условия, необходимые для функционирования массовой коммуникации. Влияние СМИ на аудиторию. Функции массовой коммуникации. Барьеры массовой коммуникации |
| **Раздел II** | **Изучение функционирование систем массовой коммуникации, их содержания и структур, аудитории СМИ, каналов распространения информации, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительное или рекламное воздействие; создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта** | |
| Тема 2.1 | Теории, заложившие основу изучения массовой коммуникации. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. | Теории, заложившие основу изучения массовой коммуникации. Их генезис. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации на целевую аудиторию. |
| Тема 2.2 | Основные теории, определяющие роль средств массовой информации в жизни современного общества. | Основные теории, определяющие роль средств массовой информации в жизни современного общества. Их развитие и трансформация под влиянием НТП. Особенности влияния информационного общества на деятельность СМИ. |
| Тема 2.3 | Моделирование массовой коммуникации. | Моделирование массовой коммуникации. Обзор наиболее популярных зарубежных и отечественных моделей массовой коммуникации. |
| Тема 2.4 | Изучение эффектов массовой коммуникации. | Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Концепции лидеров мнения, изменения установок. Селективные процессы в массовом сознании. Теории: диффузии инноваций, социального научения, активного телепросмотра, обретение пользы и удовлетворения, активной аудитории, игры, заговора и медиазависимости, информационной насыщенности, социальных сетей, спираль молчания и др. |
| Тема 2.5 | Основные теории постиндустриального/информационного общества. | Взгляды Д.Белла. Теории: М. Маклюэна, О. Тоффлера, Г. Кана, З.Бжезинского, Ф.Фукуямы, В.Л. Иноземцева, С.Л.Афанасьева и др. |
| Тема 2.6 | Коммуникативные процессы в эпоху информациональной и глобальной экономики. Взгляды М.Кастельса. Всеобщая цифровизация, как основа создания Индустрии 4.0. и построения Общества 5.0. | Коммуникативные процессы в эпоху информациональной и глобальной экономики. Взгляды М.Кастельса: информационализм, глобализм, сетевые предприятия и сетевое общество, идеи «Четвертого мира», массовая само коммуникация, роль государства в новом мире, культура реальной виртуальности. Цифровизация. Индустрия 4.0., Общество 5.0. |
| Тема 2.7 | Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Понятие симулякра и фазы его развития. Гипотеза Ж. Бадрийярда об имплозии смысла в СМИ. | Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Манипулятивные приемы и технологии. Понятие симулякра и фазы его развития. Гипотеза Ж. Бадрийярда об имплозии смысла в СМИ. |
| Тема 2.8 | Свобода слова и печати. Идейно-теоретические концепции свободы печати. | Свобода слова и печати. Идейно-теоретические концепции свободы печати в историческом ракурсе от Платона до наших дней. |
| Тема 2.9 | Теории, отражающие деятельность СМИ.  Типы СМИ (прессы). | Теории, отражающие деятельность СМИ.  Типы СМИ (прессы): авторитарная, либертарианская, советская (коммунистическая), социальной ответственности, периода развития, демократического участия. |
| Тема 2.10 | Теории массового общества и пропаганды. Общество массового потребления. Массовая культура. Цели устойчивого развития, ответственное производство и потребление. | Теории массового общества и пропаганды. Общество массового потребления. Массовая культура. Цели устойчивого развития, ответственное производство и потребление, «медленная мода». |
| Тема 2.11 | Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. | Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Виды PR. |
| Тема 2.12 | Массовая коммуникация и реклама. Виды и типы рекламы. Семиотика рекламы. | Массовая коммуникация и реклама. Виды и типы рекламы. Политическая коммуникация и реклама. Социальная реклама. Экологическая реклама. Семиотика рекламы. Создание рекламного продукта. Рекламные технологии. Наиболее часто встречающиеся ошибки в создании и размещении рекламы. |
| Тема 2.13 | Межкультурная коммуникация. Личность и СМИ. | Межкультурная коммуникация. Личность и СМИ. Интернет и права личности. |
| Тема 2.14 | Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия. | Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия. Виды суггестивного воздействия. Суггестия в рекламе. |
| Тема 2.15 | Психологическое воздействие на массовую аудиторию. | Психологическое воздействие на аудиторию: психоаналитический подход, нейролингвистическое программирование, гипнотический подход: суггестия или внушение, техники эриксонианского гипноза в рекламе, дополнительные техники наведения трансового состояния, используемые в рекламном деле, основные лингвистические суггестивные технологии. |
| Тема 2.16 | Информационные войны и манипуляции в системе массовой коммуникации. Методы и приемы ведения информационно-психологической войны при помощи методов пропагандистского манипулирования сознанием. | Информационная война. Закономерности информационной войны. Инструментарий воздействия в рамках информационной войны в СМИ. Способы ведения информационно-психологической войны. Манипуляция сознанием. Распространение слухов и мифов. Основные формы психологической защиты. Методы, разрушающие защитные механизмы. |

## Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию*.* Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

подготовку к лекциям и практическим занятиям;

изучение учебных пособий;

изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;

написание тематических докладов на проблемные темы;

подготовка к собеседованию;

выполнение творческих заданий;

проведение исследовательских работ;

подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

проведение консультаций перед экзаменом;

индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

## Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **использование**  **ЭО и ДОТ** | **использование ЭО и ДОТ** | **объем, час** | **включение в учебный процесс** |
| смешанное обучение | лекции |  | в соответствии с расписанием учебных занятий |
| практические занятия |  |

# РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

## Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Уровни сформированности компетенции(-й)** | **Итоговое количество баллов**  **в 100-балльной системе**  **по результатам текущей и промежуточной аттестации** | **Оценка в пятибалльной системе**  **по результатам текущей и промежуточной аттестации** | **Показатели уровня сформированности** | |
| **профессиональной(-ых)**  **компетенции(-й)** | |
| ПК-2  ИД-ПК-2.1 | ПК-5:  ИД-ПК-5.1  ИД-ПК-5.2 |
| высокий |  | отлично | Обучающийся:  Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации;  коммуникационного продукта  Использует различные источники информации для выявления целевого сегмента и выбора маркетинговых коммуникационных инструментов;  Применяет основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.  Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.  Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде. |
| повышенный |  | хорошо | Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации;  коммуникационного продукта  Использует различные источники информации для выявления целевого сегмента и выбора маркетинговых коммуникационных инструментов | Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.  Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. |
| базовый |  | удовлетворительно | Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации;  коммуникационного продукта | Осуществляет авторскую деятельность без учета специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта  Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта |
| низкий |  | неудовлетворительно | Обучающийся:  Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации  Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами  Не может осуществлять авторскую деятельность по созданию текстов рекламы и (или) связей с общественностью  Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде  Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя  Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы | |

# ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

* + - 1. При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Теория и практика массовой информации» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине*,* указанных в разделе 2 настоящей программы.

## Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| **№ пп** | **Формы текущего контроля** | * + - 1. **Примеры типовых заданий** |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Тест по разделу: «Изучение взаимодействия социальных структур и коммуникативной деятельности их представителей, закономерностей и эффективности деятельности систем массовой коммуникации».** | **Письменно:**   1. Коммуникативные системы по своей природе различают на:  * А) естественные, искусственные; * Б) естественные, искусственные, априорные, апостериорные; * В) естественные, искусственные и смешанные; * Г) естественные, искусственные, смешанные, специализированные; * Д) естественные, искусственные, смешанные, специализированные, семантические, дескрипторные.  1. Уровни коммуникативных систем:  * А) Первый, второй, третий; * Б) межличностный, внутригрупповой, массовый; * В) информационный, экспрессивный, прагматический; * Г) информационный, экспрессивный, прагматический, интегративный; * Д) семиотический, синтетический, лингвистический, паралингвистический, металингвистический.   3. Для речевого акта характерны:   * А) репрезентативность, экспрессивность, коммуникативность; * Б) интенциональность, целеустремленность, конвенциональность; * В) репрезентативность, директивность, комиссивность, коммуникативность, экспрессивность, декларативность; * Г) репрезентативность, экспрессивность, коммуникативность, мотивированность;   Д) репрезентативность, экспрессивность, коммуникативность, декларативность, директивность, мотивированость, прагматичность.   1. Типология А. Греймаса различает жесты как:  * А) иллюстраторы, эмблемы, регуляторы, адаптеры; * Б) иллюстраторы, эмблемы, регуляторы, адаптеры, само адаптеры, альтер адаптеры, объект адаптеры; * В) практические, мифические, символические, ритмические; * Г) условные, не условные, подчеркивающие, ритмические; * Д) указывающие, обозначающие, выражающие, регулирующие.  1. Законы развития коммуникационных каналов:  * А) Закон симметрии коммуникационных каналов; * Б) Закон кумуляции коммуникационных каналов; * В) Закон ускорения бифуркаций; * Г) Закон сепулькаризации коммуникационных каналов; * Д) А+Б+В; * Е) А+Б+Г; * Ж) А+Б+В+Г;   З) Ничего из выше перечисленного. |
| 2 | **Тест по разделу: «Изучение функционирование систем массовой коммуникации, их содержания и структур, аудитории СМИ, каналов распространения информации, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительное или рекламное воздействие; создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта»** | **Письменно:**   * + - * 1. "Паблик рилейшнз" понимается как: * А) управленческая деятельность, целью которой является установление взаимовыгодных отношений между государственными или частными структурами и общественностью, от которой во многом зависит успех их функционирования; * Б) установление взаимовыгодных отношений между государственными или частными структурами и общественностью; * В) установление взаимовыгодных отношений между государственными и частными структурами; * Г) связь с общественностью; * Д) коммуникативная сфера, тесно связанная с социально значимыми видами деятельности людей.   + - * 1. Э. Тоффлер в истории цивилизации выделяет следующие «волны»: * А) сельскохозяйственную, промышленную, экономика услуг, информационную; * Б) аграрную, индустриальную, постиндустриальную, информационную; * В) аграрную, индустриальную, постиндустриальную, главенства медиа; * Г) первобытнообщинный строй, феодализм, капитализм, социализм, информационное общество; * Д) аграрную, индустриальную, постиндустриальную.   + - * 1. Автор идеи мозаичности мышления: * А) Г. Лассуэлл; * Б) М. Маклюэн; * В) Д. Белл; * Г) С. Холл; * Д) П. Лазарсфельд.   + - * 1. «Скудные» и «Обильные» медиа представлены в теории: * А) теория социального присутствия; * Б) теория социальных сетей; * В) теория информационной насыщенности; * Г) теория критической массы; * Д) неотехнологического детерминизма.   + - * 1. К теориям пропаганды 1-ой половины 20 века относятся: * А) теория «магической пули», «теория инъекций», «теория приводного ремня»; * Б) «белой пропаганды», «благотворящей технократии»; * В) «просвещенного общества», «элитарной ответственности»; * Г) А + Б +В; * Д) А + Б; * Е) ни одна из них. |
| 3 | **Собеседование разделу: «Изучение взаимодействия социальных структур и коммуникативной деятельности их представителей, закономерностей и эффективности деятельности систем массовой коммуникации».** | **Вопросы для собеседования:**  1. Базовые составляющие коммуникации: а) социальные системы, структуры, институты, процессы б) коммуникативные системы, в) виды, каналы и средства коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации с целью воздействия на общество и индивидов.  2. Различные подходы к обоснованию взаимодействия коммуникации и социальных структур, к пониманию социальной информации и ценностной ориентации. Обоснование социального статуса как важнейшей категории коммуникации (Г.Дж. Мейн, М.Вебер, Ю. Хабермас, Т.М. Дридзе, А.Д. Швейцер и др.).  3. Общественная природа языка. Функции языка. Структурный, семантический и прагматический аспекты языка.  4. Понятия «информации», «социально-значимой информации», «каналов связи», структура «коммуникативного акта» (Лассуэл, Якобсон), «коммуникативная/языковая компетентность», «коммуникативная/речевая деятельность», «язык как система систем», «социокоммуникативная система».  5. Понятие системности в науке. Система, структура, классификация, таксономия, стратификация и типология как научные понятия. Критерии определения типов коммуникативных систем.  6. Естественные коммуникативные системы (вербальный язык, язык мимики и жестов, языки животных). Искусственные коммуникативные системы (химические символы, музыкальная нотация, логико-математический язык, искусственные языки общения – волапюк, эсперанто). Их общие и отличительные характеристики.  7. Различные виды искусственных коммуникативных систем: априорные, апостериорные, смешанные, их функции и эффективность. Языки программирования. Информационные языки.  8. Семиотический уровень. Понятие знака (Ч. Пирс. Ч. Моррис). Типология знаков. Их сущность и функции. Социальная обусловленность знака. Общие характеристики семиотических систем. Понятие о синтактике, семантике и прагматике в семиотической теории.  9. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Вербальная основа языкового уровня коммуникации. Понимание речевых актов и их типология.  10. Высказывание и дискурс как коммуникативные единицы. Различные подходы к моделированию дискурса: ментальная модель (Ф. Джонсон-Лэрд), модель фреймов (М. Минский. Ч. Филлмор), модель сценариев (Р. Шенк, Р. Абелсон), модель ситуаций (Т.А. Ванн-Дейк). |
| 4 | **Собеседование разделу: «Изучение функционирование систем массовой коммуникации, их содержания и структур, аудитории СМИ, каналов распространения информации, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительное или рекламное воздействие; создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта»** | **Вопросы для собеседования:**  1. Глобализация пространства общения. Каналы массовой коммуникации.  2. Публичные акции, ПР. Типы и виды ПР.  3. Функции массовой коммуникации.  4. Понятие корпоративной культуры. Методы формирования имиджа организации и ее лидера.  5. Массовая культура и массовая коммуникация. Стереотипизация общения. Массовое потребление.  6. Мифология современного общения и мир «симулякров».  7. Постиндустриальное общество (Дж.Гэлбрейт, Д. Белл, М Маклюэн, М. Кастельс, З.Бжезинский, О.Тоффлер, Ф.Фукуяма С.Л.Афанасьев, В.Л Иноземцев).  8. Реклама как институт коммуникации. Моделирование социального взаимодействия и социальных потребностей в языке рекламы.  9. Авторитарная система журналистики.  10. Суггестия организации коммуникативного информационного пространства. |

## Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| **Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **100-балльная система** | **Пятибалльная система** | |
| Собеседование | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает |  | 5 | |
| Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. |  | 4 | |
| Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений. |  | 3 | |
| Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. |  | 2 | |
| Не получены ответы по базовым вопросам. |  | 2 | |
| Не принимал участия в собеседовании. |  | 2 | |
| Тест | За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы.  Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.  Правила оценки всего теста:  общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту.  Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.  Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.  «2» - равно или менее 40%  «3» - 41% - 64%  «4» - 61% - 84%  «5» - 81% - 100% |  | 5 | 81% - 100% |
|  | 4 | 61% - 84% |
|  | 3 | 41% - 64% |
|  | 2 | 40% и менее 40% |

## Промежуточная аттестация:

|  |  |
| --- | --- |
| **Форма промежуточной аттестации** | **Типовые контрольные задания и иные материалы**  **для проведения промежуточной аттестации:** |
| Экзамен:  в устной форме по билетам | Билет 1  1. Либертарианская система журналистики.  2. Понятие манипуляции. Техники манипулирования информационными потоками.  Билет 2  1. Идейно-теоретические предпосылки вопроса о свободе слова и печати.  2. Прикладные модели коммуникации.  Билет 3  1. Теории массовой коммуникации: обретения пользы и удовлетворения, социальных сетей, информационной насыщенности, социального присутствия, критической массы.  2. Организация коммуникативного пространства.  Билет 4  1. Изучение эффектов массовой коммуникации (первые теории и исследования).  2. Основные информационные потоки в обществе. Структура информационной политики. Анализ эффективности информационной политики.  Билет 5  1.Теории массовой коммуникации: структурно-функциональный подход, теория диффузии инноваций, теория социального научения.  2.Теории массовой коммуникации: активная теория телепросмотра, теория обретения пользы и удовлетворения, теория активной аудитории. |

## Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| **Форма промежуточной аттестации** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование оценочного средства** | **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Экзамен:  в устной форме по билетам | Обучающийся:   * демонстрирует знания, отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; * свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; * способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; * логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете.   Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики. |  | 5 |
| Обучающийся:   * показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; * недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; * недостаточно логично построено изложение вопроса; * успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой.   В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы. |  | 4 |
| Обучающийся:   * показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; * не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о меж предметных связях слабые.   Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. |  | 3 |
| Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.  На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. |  | 2 |

## Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Форма контроля** | **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Текущий контроль: |  |  |
| - собеседование | 40 - 100 | 2 – 5 |
| - тест | 40 - 100 | 2 – 5 |
| Промежуточная аттестация  зачет  экзамен | 40 – 100  0 – 40  «81% - 100%  61% - 81%  41% - 61%  менее 40% | зачтено  не зачтено  отлично  хорошо  удовлетворительно  неудовлетворительно |
| **Итого за семестр**  зачет  экзамен |  | зачтено  не зачтено  отлично  хорошо  удовлетворительно  неудовлетворительно |

* + - 1. Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **100-балльная система** | **пятибалльная система** | |
| **зачет с оценкой/экзамен** | **зачет** |
| 81 – 100 баллов | отлично  зачтено (отлично) | зачтено |
| 61 – 81 баллов | хорошо  зачтено (хорошо) |
| 41 – 61 баллов | удовлетворительно  зачтено (удовлетворительно) |
| 0 – 40 баллов | неудовлетворительно | не зачтено |

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

* + - 1. Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:
    - проблемная лекция;
    - проектная деятельность;
    - интерактивная лекция;
    - групповая дискуссия;
    - мастер-классы специалистов и работодателей;
    - анализ ситуаций и имитационных моделей;
    - поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
    - дистанционные образовательные технологии;
    - применение электронного обучения;
    - просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
    - использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
    - самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
    - обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
    - технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

* + - 1. Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.
      2. Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

# ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

* + - 1. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидовиспользуются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.
      2. При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.
      3. Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:
      4. Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.
      5. Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).
      6. Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.
      7. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

# МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
      2. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Теория и практика массовой информации» при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| **Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** | **Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** |
| --- | --- |
| **115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпус6** | |
| аудитории для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели,  технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:   * ноутбук; * проектор; * экран |
| аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели,  технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:   * ноутбук, * проектор; * экран |
| **Помещения для самостоятельной работы обучающихся** | **Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся** |
| читальный зал библиотеки: | * компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» |

* + - 1. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Необходимое оборудование** | **Параметры** | **Технические требования** |
| Персональный компьютер/ ноутбук/планшет,  камера,  микрофон,  динамики,  доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
| Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| Веб-камера | 640х480, 15 кадров/с |
| Микрофон | любой |
| Динамики (колонки или наушники) | любые |
| Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Автор(ы)** | **Наименование издания** | **Вид издания (учебник, УП, МП и др.)** | **Издательство** | | **Год**  **издания** | **Адрес сайта ЭБС**  **или электронного ресурса *(заполняется для изданий в электронном виде)*** | | **Количество экземпляров в библиотеке Университета** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 6 | 7 | | 8 |
| **9.1 Основная литература, в том числе электронные издания** | | | | | | |  | |  |
| 1 | Бакулев Г.П. | Массовая коммуникация: западные теории и концепции. | Книга | М: Аспект-пресс. | | 2019 |  | |  |
| 2 | Белл Д. | Грядущее постиндустриальное общаство | Книга | М.: «Аванти плюс», | | 2016 |  | |  |
| 3 | Барт Р. | Мифологии | Книга | 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт | | 2015 |  | |  |
| 4 | Иноземцев В.Л. | Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы | Книга | М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М | | 2018 |  | |  |
| 5 | Кастельс М. | Информационная эпоха. Экономика. Общество. Культура | Книга | М.: Прогресс. | | 2017 |  | |  |
| 6 | Куличкина Г. В | Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа | Учебное пособие | М. : Издательство Юрайт | | 2018 |  | |  |
| 7 | Назаров М. М. | Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. | Книга | М.: «Аванти плюс», | | 2019 |  | |  |
| 8 | Конецкая В.П. | Социология коммуникации | Учебник | М. : Издательство Юрайт | | 2016 |  | |  |
| **9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания** | | | | | | |  | |  |
| 1 | Дридзе Т.М. | Текстовая деятельность и структура социальной коммуникации. | Книга | | М. «Аванти плюс» | 2015 |  | |  |
| 2 | Доценко Е.Л. | Психология манипуляции | Книга | | М. : Издательство Юрайт | 2016 |  | |  |
| 3 | Литвина Т. В. | Дизайн новых медиа | Учебник | | М. : Издательство Юрайт | 2018 | <https://www.biblio-online.ru/bcode/423119> | |  |
| 4 | Назаров М.М. | Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований | Книга | | М.: «Аванти плюс», | 2018 |  | |  |
| 5 | Почепцов Г.Г. | Коммуникативные технологии ХХ века | Книга | | М.: Прогресс. | 2017 |  | |  |
| 6 | Руденко А.М. | Психология массовых коммуникаций | Учебник | | М. : РИОР : ИНФРА-М | 2017 | http://znanium.com/bookread2.php?book=792707 | |  |
| 7 | Ромат Е. В. | Реклама | Учебник | | С-Пб.: Питер | 2003 |  | |  |
| 8 | Сергеев А. А. | Бизнес-планирование | Учебник и практикум | | М. : Издательство Юрайт | 2018 | <https://www.biblio-online.ru/bcode/429693> | |  |
| 9 | Сендидж Ч. | Реклама: теория и практика | Книга | | М. : Издательство Юрайт | 2018 |  | |  |
| 10 | Федотова Л.Н | Социология массовой коммуникации | Книга | | С-Пб.: Питер | 2016 |  | |  |
| **9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)** | | | | | | | | | |
| 1 | Карпова Е.Г., Кащеев О.В., Усик С.П. | 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.  39.03.01 – Социология.  Учебное пособие по подготовке и защите выпускных квалификационных работ | Учебное пособие | | М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021 | 2021 |  | 10 | |

# ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

## Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

Ресурсы электронной библиотеки

* ***ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»*** [***http://znanium.com/***](http://znanium.com/)*(учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);*

***Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»*** [***http://znanium.com/***](http://znanium.com/) ***(э****лектронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);*

* ***ООО «ИВИС»*** [***https://dlib.eastview.com***](https://dlib.eastview.com/) ***(****электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);*
* ***Web of Science*** [***http://webofknowledge.com/***](http://webofknowledge.com/) *(обширная международная универсальная реферативная база данных);*
* ***Scopus*** [***https://www.scopus.com***](https://www.scopus.com/)*(международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);*
* ***«SpringerNature»*** [***http://www.springernature.com/gp/librarians***](http://www.springernature.com/gp/librarians) *(международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);*
* ***Научная электронная библиотека еLIBRARY.RU*** [***https://elibrary.ru***](https://elibrary.ru/)*(крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);*
* ***ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)*** [***http://нэб.рф/***](http://нэб.рф/)*(объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений;*
* ***«НЭИКОН»***[***http://www.neicon.ru/***](http://www.neicon.ru/) *( доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);*
* ***«Polpred.com Обзор СМИ»*** [***http://www.polpred.com***](http://www.polpred.com/) ***(****статьи, интервью и др. информагентств и деловой прессы за 15 лет).*

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

* [*http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/databases/*](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/)*;*
* [*http://www.scopus.com/*](http://www.scopus.com/)*;*
* [*http://elibrary.ru/defaultx.asp*](http://elibrary.ru/defaultx.asp)*;*
* *http://www.garant.ru/;*
* *http://www.onestopenglish.com*
* *http://lessons.study.ru*
* *http://www.wikipedia.org*
* *http://www.idoceonline.com*
* *http://www.english.ru*
* *http://study-english.info*
* [*http://oup.com/elt/result*](http://oup.com/elt/result)

|  |  |
| --- | --- |
| **№ пп** | **Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы** |
|  | ЭБС «Лань» <http://www.e.lanbook.com/> |
|  | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»  <http://znanium.com/> |
|  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> |

## Перечень программного обеспечения

*1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул Е85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);*

*2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;*

*3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17ЕО-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;*

*4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79Р-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;*

*5. 1C: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.*

*6. Операционная система Linax. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linax).*

*7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008,*

*справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12 2017;*

*10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330- 1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, ( копия лицензии).*

*11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034- 0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);*

*12. Adobe Reader (свободно распространяемое).*

*13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);*

*14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);*

*16. Google Chrome (свободно распространяемое).*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№п/п** | **Программное обеспечение** | **Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое** |
|  | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | V-Ray для 3Ds Max | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |

### ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ пп** | **год обновления РПД** | **характер изменений/обновлений**  **с указанием раздела** | **номер протокола и дата заседания**  **кафедры** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |