

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Управление информацией в современном медиапространстве

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.05 Управление информацией в современном медиапространстве относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-1: Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия	<p>ПК-1.1: Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>ПК-1.1: Знать основные направления практического применения новых медиатехнологий, перспективы их развития и механизмы регулирования. Уметь выявлять и решать проблемы, связанные с ограничением пользовательского контента на платформах новых медиа. Владеть навыками обжалования решений администрации социальных сервисов по ограничению пользовательского контента.</p> <p>ПК-1.2: Знать механизм формирования информационной повестки дня. Уметь формировать информационные поводы и применять ньюсджекинг как инструмент продвижения. Владеть навыками ситуативного отклика на меняющуюся повестку дня.</p> <p>ПК-1.3: Знать характер влияния современных морально-этических норм (в том числе профессиональных/корпоративных) на медиапотребление и</p>	Задания	Экзамен: Контрольные вопросы

		<p>коммуникации в медиaprостранстве.</p> <p>Уметь учитывать в своей профессиональной деятельности особенности восприятия медиаконтента различными социальными слоями, в том числе негативные.</p> <p>Владеть навыками прогнозирования реакции потребителей медиаконтента и принятия решений по нейтрализации возможного негатива.</p>		
<p>ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта)</p> <p>ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК-2.1:</p> <p>Знать типологические особенности новых медиа, основные черты и особенности современного медиaprостранства.</p> <p>Уметь применять теоретические знания о новых медиа для решения профессиональных задач.</p> <p>Владеть основными навыками управления репутацией в интернете, в том числе проведения мониторинга (владеть технологиями сбора, обработки и анализа информации в медиaprостранстве).</p> <p>ПК-2.2:</p> <p>Знать основные требования к формату и содержанию современного медиаконтента.</p> <p>Уметь применять теоретические знания для создания и эффективного распространения медиаконтента.</p> <p>Владеть основными правилами подготовки материалов для различных информационных площадок, а также инструментами продвижения создаваемого медиаконтента.</p>	Задания	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	5	5
Часов по учебному плану	180	180
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	0	0
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32	12
- КСР	2	2
самостоятельная работа	110	157
Промежуточная аттестация	36 Экзамен	9 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0
Тема 1. Концепции "постиндустриального общества" и "информационного общества": авторы, основные положения, роль новых технологий и информации в этих концепциях.	12	15			2	1	2	1	10	14
Тема 2. Современное медиапространство: основные факторы формирования, характерные черты, особенности медиапотребления, угрозы и риски.	13	15			3	1	3	1	10	14
Тема 3. Проблема манипулирования в современных массовых информационных процессах: концепция «симулякров», широкое распространение информационных фейков, верификация медиаконтента и фактчекинг (основные правила и инструменты).	13	15			3	1	3	1	10	14
Тема 4. Нейросети: области практического применения в медиа, перспективы использования в PR и рекламе. Технология deepfake: использование в PR и рекламе, проблемы правового регулирования, возможности СМИ и IT-компаний ограничить распространение.	13	15			3	1	3	1	10	14
Тема 5. Влияние IT-корпораций на распространение медиаконтента: таргетирование и «информационные пузыри» для потребителей (на основе сбора информации о пользователе - истории показов, истории поисковых запросов, геолокации и	13	15			3	1	3	1	10	14

т.д.); формирование usługовых экосистем; требования к формату и содержанию контента для его успешного распространения в современных медиа.										
Тема 6. Информационная повестка дня: концепция «гейткипинга» (эффект привратника в медиа); формирование информационного повода; «нюсджекинг» как инструмент продвижения.	13	15			3	1	3	1	10	14
Тема 7. Ограничение пользовательского контента на платформах новых медиа: причины, порядок обжалования пользователями, проблемы снятия ограничений, наложенных администрацией социальных сетей, фото- и видеохостингов.	13	16			3	1	3	1	10	15
Тема 8. Меры государственного контроля за медиапотреблением и коммуникациями в медиапространстве: технические решения и законодательные механизмы ограничения «нежелательного контента», медиа-активность как один из факторов выстраивания социальных рейтингов.	13	15			3	1	3	1	10	14
Тема 9. Влияние морально-этических норм на медиапотребление и коммуникации в медиапространстве: стигматизация представителей ряда профессий; преследование нарушителей корпоративной (профессиональной) этики; проявления «культуры отмены».	13	16			3	1	3	1	10	15
Тема 10. Управление репутацией в интернете: мониторинг и аналитика упоминаний; управление репутацией в поисковых системах; работа с негативом; посев позитива; крауд-маркетинг.	13	17			3	2	3	2	10	15
Тема 11. Право на забвение: российский и зарубежный опыт, алгоритм действий по реализации права в РФ, примеры применения права; «эффект Стрейзанд»: сущность и примеры.	13	15			3	1	3	1	10	14
Аттестация	36	9								
КСР	2	2					2	2		
Итого	180	180	0	0	32	12	34	14	110	157

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Концепции "постиндустриального общества" и "информационного общества": авторы, основные положения, роль новых технологий и информации в этих концепциях.

Тема 2. Современное медиапространство: основные факторы формирования, характерные черты, особенности медиапотребления, угрозы и риски.

Тема 3. Проблема манипулирования в современных массовых информационных процессах: концепция «симулякров», широкое распространение информационных фейков, верификация медиаконтента и фактчекинг (основные правила и инструменты).

Тема 4. Нейросети: области практического применения в медиа, перспективы использования в PR и рекламе. Технология deepfake: использование в PR и рекламе, проблемы правового регулирования, возможности СМИ и IT-компаний ограничить распространение.

Тема 5. Влияние IT-корпораций на распространение медиаконтента: таргетирование и «информационные пузыри» для потребителей (на основе сбора информации о пользователе - истории показов, истории поисковых запросов, геолокации и т.д.); формирование usługовых экосистем; требования к формату и содержанию контента для его успешного распространения в современных медиа.

Тема 6. Информационная повестка дня: концепция «гейткипинга» (эффект привратника в медиа); формирование информационного повода; «нюсджекинг» как инструмент продвижения.

Тема 7. Ограничение пользовательского контента на платформах новых медиа: причины, порядок обжалования пользователями, проблемы снятия ограничений, наложенных администрацией социальных

сетей, фото- и видеохостингов.

Тема 8. Меры государственного контроля за медиапотреблением и коммуникациями в медиапространстве: технические решения и законодательные механизмы ограничения «нежелательного контента», медиа-активность как один из факторов выстраивания социальных рейтингов.

Тема 9. Влияние морально-этических норм на медиапотребление и коммуникации в медиапространстве: стигматизация представителей ряда профессий; преследование нарушителей корпоративной (профессиональной) этики; проявления «культуры отмены».

Тема 10. Управление репутацией в интернете: мониторинг и аналитика упоминаний; управление репутацией в поисковых системах; работа с негативом; посев позитива; крауд-маркетинг.

Тема 11. Право на забвение: российский и зарубежный опыт, алгоритм действий по реализации права в РФ, примеры применения права; «эффект Стрейзанд»: сущность и примеры.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Игнатова И. Б. Новые медиа: теория и практика : учебно-методическое пособие / Игнатова И. Б., Зубаркина Е. С., Землянский А. В. - Москва : МПГУ, 2022. - 96 с. - Книга из коллекции МПГУ - Журналистика и медиабизнес. - ISBN 978-5-4263-1095-7. Постоянная ссылка на документ: <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=866501&idb=0>

Зверева Е. А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа : учебно-методическое пособие / Зверева Е. А., Шестерина А. М., Мирошник М. А. - Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2020. - 136 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ТГУ им. Г.Р.Державина - Журналистика и медиабизнес. - ISBN 978-5-00078-429-7. Постоянная ссылка на документ: <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=757861&idb=0>

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

1. Дать определения понятиям «Постиндустриальное общество» и «Информационное общество», выделить основные черты.
2. Раскрыть сюжеты фильмов "Матрица" и "Плутство" с точки зрения концепция симулякров Ж. Бодрийера.
3. Перечислить основные требования к содержанию современного медиапродукта для его эффективного распространения.
4. Перечислить основные требования к форматам современного медиапродукта для его эффективного распространения.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

1. Перечислить основные направления управления репутацией в Интернете.
2. Составить алгоритм использования «нюсджекинга» как инструмента продвижения.
3. Составить алгоритм пользовательского применения «права на забвение» (обращения по удалению ссылок из поисковой выдачи поисковых систем).
4. Привести примеры практического применения технологии Deep Fake в медиакommunikациях.
Дать прогноз развития данной технологии в медиасфере.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
отлично	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.
очень хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.
хорошо	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок.
удовлетворительно	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.
неудовлетворительно	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.
плохо	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического	Уровень знаний ниже минимальных	Минимально допустимы	Уровень знаний в объеме,	Уровень знаний в объеме,	Уровень знаний в объеме,	Уровень знаний в объеме,

	материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	требований. Имели место грубые ошибки	й уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	соответству ющем программе подготовки . Допущено несколько негрубых ошибок	соответству ющем программе подготовки . Допущено несколько несуществе нных ошибок	соответств ующем программе подготовк и. Ошибок нет.	превышающе м программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами .	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»

не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1

1. Концепции "постиндустриального общества" и "информационного общества": авторы, основные положения, роль новых технологий и информации.
2. Современное медиапространство: основные факторы формирования, характерные черты, особенности медиапотребления, угрозы и риски.
3. Проблема манипулирования в современных массовых информационных процессах: причины широкого распространения информационных фейков, концепция «симулякров».
4. Технология deepfake: области практического применения в рекламе и PR, перспективы использования, меры ограничения и правового регулирования.
5. Влияние IT-корпораций на распространение медиаконтента: таргетирование, формирование «информационных пузырей» для потребителей медиапродуктов, формирование услуговых экосистем.
6. Меры государственного контроля за коммуникациями в медиапространстве: технические решения и правовые механизмы ограничения «нежелательного контента».
7. Влияние современных морально-этических норм на медиакommunikации: стигматизация представителей ряда профессий, проявления «культуры отмены».

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Основные правила и инструменты верификации медиаконтента и фактчекинга.
2. Требования к формату и содержанию контента для его успешного распространения в современных медиа.
3. Информационная повестка дня: механизм формирования, концепция «гейткипинга» (эффект привратника в медиа); примеры визуализации.
4. Создание информационных поводов. «Ньюсджекинг» как инструмент продвижения.
5. Ограничение пользовательского контента на платформах новых медиа: примеры, причины и поводы, соответствие пользовательским соглашениям, порядок обжалования пользователями, проблемы снятия ограничений, наложенных администрацией социальных сетей, фото- и видеохостингов.
6. Управление репутацией в интернете: основные формы и инструменты.
7. Право на забвение: российский и зарубежный опыт, алгоритм действий по реализации права в РФ, примеры применения права. «Эффект Стрейзанд»: сущность и примеры.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Высокий уровень подготовки, безупречное владение теоретическим

Оценка	Критерии оценивания
	материалом, студент демонстрирует творческий подход к решению нестандартных ситуаций. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждая теоретический материал практическими примерами из практики. Студент активно работал на практических занятиях, не пропустив по неуважительной причине ни одного занятия. 100 %-ное выполнение контрольных экзаменационных заданий.
отлично	Высокий уровень подготовки с незначительными ошибками. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждает теоретический материал примерами из практики. Студент активно работал на практических занятиях. пропустил по неуважительной причине одно занятие. Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 91 до 99%.
очень хорошо	Хорошая подготовка. Владение материалом на высоком уровне, ориентация в основных понятиях. Студент дает ответ на все теоретические вопросы билета, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Практически отсутствуют ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент активно работал семинарах, пропустил по неуважительной причине несколько занятий. Выполнение экзаменационных заданий от 81 до 90%.
хорошо	В целом хорошая подготовка с заметными ошибками или недочетами. Ориентация в материале курса. Студент дает полный ответ на основные вопросы, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Имеются ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент работал на семинарах, пропустил по неуважительной причине менее половины занятий. Выполнение экзаменационных заданий от 71 до 80%.
удовлетворительно	Минимально достаточный уровень подготовки. Знание ключевых моментов из курса. Студент показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки, но при ответах на наводящие вопросы, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Студент пропустил по неуважительной причине около половины занятий, мало работал на семинарах. Выполнение экзаменационных заданий от 51 до 70%.
неудовлетворительно	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Практически отсутствие знаний по материалам курса. Студент дает ошибочные ответы, как на вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть занятий по неуважительной причине, на семинарах не работал. Выполнение экзаменационных заданий от 21 до 50%.
плохо	Подготовка абсолютно недостаточная. Отсутствие представления о предмете дисциплины. Студент не отвечает на поставленные вопросы. Студент

Оценка	Критерии оценивания
	отсутствовал по неуважительной причине практически на всех занятиях, на семинарах не работал. Выполнение 20% экзаменационных заданий и менее.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России : учебное пособие / Дзялошинский И.М. - Москва : Аспект-Пресс, 2017. - 312 с. - ISBN 978-5-7567-0890-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772688&idb=0>.
2. Каминская Т.Л., Кафтан В.В., Корнеева Е.Н. Медиапространство и информационный рынок : Учебник / Каминская Т.Л., Кафтан В.В., Корнеева Е.Н. - Москва : КноРус, 2023. - 185 с. - Режим доступа: book.ru. - ISBN 978-5-406-10022-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=809671&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Шарков Ф.И. Медиаполитика и общественное мнение в медиапространстве : учебное пособие / Шарков Ф.И.; Бузин В.Н.; Шубрт И. - Москва : Дашков и К, 2023. - 211 с. - ISBN 978-5-394-04771-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=868676&idb=0>.
2. Журналистика в эпоху цифровых трансформаций: ценности и практики: сборник материалов X Международной научно-практической конференции. 17 ноября 2022 года. - Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2022. - 242 с. - Книга из коллекции ТГУ им. Г.Р.Державина - Журналистика и медиабизнес. - ISBN 978-5-00078-660-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=865240&idb=0>.
3. Журналистика и медиакommunikации в цифровой среде : Материалы конференций / Российский государственный гуманитарный университет РГГУ. - Москва : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Российский государственный гуманитарный университет", 2022. - 202 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-7281-3110-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=873781&idb=0>.
4. Шарафадина К. И. Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра: XV Всероссийская научно-практическая конференция, 9 апреля 2021 г. / Шарафадина К. И. - Санкт-Петербург : СПбГУП, 2021. - 104 с. - Рекомендовано к публикации редакционно-издательским советом СПбГУП. - Книга из коллекции СПбГУП - Журналистика и медиабизнес. - ISBN 978-5-7621-1129-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=865257&idb=0>.
5. Смирнова О.В. Работа журналиста в цифровой периодике : учебное пособие / Смирнова О.В. - Москва : Аспект-Пресс, 2021. - 248 с. - ISBN 978-5-7567-1137-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=774540&idb=0>.
6. Новые тренды журналистики и медиакommunikаций : Материалы конференций / Российский государственный гуманитарный университет РГГУ. - Москва : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Российский государственный гуманитарный университет", 2022. - 256 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-7281-3160-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=873818&idb=0>.

7. Кульчицкая Д.Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие / Кульчицкая Д.Ю. - Москва : Аспект-Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=774551&idb=0>.
8. Донских А.Г. Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии : монография / Донских А.Г. - Москва : ЮФУ, 2020. - 121 с. - ISBN 978-5-9275-3522-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=774202&idb=0>.
9. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз : учебное пособие / Чумиков А.Н. - Москва : Аспект-Пресс, 2014. - 184 с. - ISBN 978-5-7567-0715-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772544&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

Sostav.Ru: отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru

Adindex: отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России [электронный ресурс] // <https://adindex.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Панкратов Павел Вячеславич.

Рецензент(ы): Вилкова Евгения Викторовна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.