

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Социальные коммуникации

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы
Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией

Форма обучения
заочная

г. Дзержинск

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.01 Социальные коммуникации 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-16: Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПК-16.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-16.2: Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-16.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-16.1:</p> <p>Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;</p> <p>Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p> <p>ПК-16.2:</p> <p>Знать коммуникационные аспекты деятельности организации;</p> <p>Уметь готовить в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p> <p>ПК-16.3:</p> <p>Знать коммуникационные аспекты деятельности организации;</p> <p>Уметь использовать</p>	<p>Задания</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании;</p> <p>Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</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 особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ПК-2.2:</p> <p>Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения</p>	<p>Задания</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3
Часов по учебному плану	108
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	4
- КСР	1
самостоятельная работа	95
Промежуточная аттестация	4 Зачёт

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/ лабора- торные работы), часы	Всего	
	з ф о	з ф о	з ф о	з ф о	з ф о
Тема 1. История становления и развития социальных коммуникаций. Теории коммуникации, современные теории социальных коммуникаций.	22	1	1	2	20
Тема 2. Категориально-понятийный аппарат теории социальных коммуникаций.	22	1	1	2	20
Тема 3. Личность, коммуникационная деятельность и общение в системе социальных коммуникаций	27	1	1	2	25
Тема 4. Эффективность социальной коммуникации в различных сферах общественной жизни.	32	1	1	2	30
Аттестация	4				
КСР	1			1	
Итого	108	4	4	9	95

Содержание разделов и тем дисциплины

- Тема 1. Введение в теорию медиакommunikаций
- Тема 2. Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа
- Тема 3. Психологические теории медиавоздействия
- Тема 4. Структурный функционализм и системный анализ медиа.
- Тема 5. Культурно-критические теории медиа
- Тема 6. Интерпретативные теории медиа
- Тема 7. Теории информационного общества и глобализации.
- Тема 8. Специальные теории медиа
- Контроль самостоятельной работы

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: заочная форма обучения - 2 ч.

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.

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 - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-16:

1. Социальная коммуникация:
 - а) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств +
 - б) сообщения в СМИ
 - в) инженерные пути сообщения
2. Отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит в:
 - а) способах кодирования информации +
 - б) каналах связи
 - в) целях передачи информации
3. Реклама не относится к:
 - а) массовой коммуникации
 - б) интегрированным маркетинговым коммуникациям
 - в) аутокоммуникации +
4. К невербальной коммуникации не относится:
 - а) слушание +

- б) таксеика
- в) просодика

5. К электронным СМИ не относится:

- а) ТВ
- б) радио
- в) газета +

6. К коммуникационным революциям относится изобретение:

- а) колеса
- б) книгопечатания +
- в) лазерного оружия

7. Процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей:

- а) чтение
- б) монолог
- в) диалог +

8. Речевая тактика, заключающаяся в использовании неожиданной информации:

- а) неожиданность +
- б) обращение к авторитету
- в) момент неформальности

9. Включает в себя все виды речевой деятельности участников общения: говорение, слушание, письмо, чтение – ... компонент коммуникации:

- а) речевой
- б) процессуальный +
- в) знаковый

10. Речевая тактика, при которой неблагоприятную информацию подкрепляют словами, что «так бывает», называется:

- а) неожиданностью
- б) примером
- в) обобщением +

11. Коммуникативная сторона общения:

- а) взаимопонимание участников общения
- б) обмен информацией между людьми +
- в) организация взаимодействия между людьми

12. Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:

- а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности +
- б) хозяйственных сооружений
- в) транспортной инфраструктуры

13. Модель, которая трактует эффект воздействия маркетинговых коммуникаций с точки зрения трех фаз отношений потребителя к продукту, называется моделью:

- а) простого воспроизводства
- б) «иерархии эффектов» +
- в) реализации

14. Наибольшее воздействие на представителей целевых аудиторий оказывает:

а) телевидение; б) межличностный канал; в) радио; г) пресса; д) личное письмо.

15. Основу СМИ составляют каналы

а) Интернет; б) радио; в) внешняя реклама; г) телевидение; д) массовая рассылка

16. Сбор и обработка первичных социологических данных предполагают уровень структуры социологического знания:

а) фундаментальный; б) теории среднего уровня; в) структурный; г) эмпирический; д) функциональный.

17. Общество, рассматриваемое как социальная система, обладает: а) интеграцией; б) размытостью границ; в) самодостаточностью; г) целостностью; д) латентностью; е) открытостью.

18. При выражении основной идеи, чувства или настроения символические коммуникации по сравнению с языком получают основные преимущества: а) в точности; б) краткости; в) гибкости; г) эмоциональности; д) мобильности.

19. Основные стимулы в модели убеждающей коммуникации: а) ситуация; б) аудитория; в) коммуникатор; г) канал; д) периферийность.

20. Ситуации коммуникационного воздействия: а) кризисные; б) неопределенные; в) конфликтные; г) ситуации полной «раскрутки»; д) репродуктивные.

21. Характеристики целевой аудитории при коммуникативном воздействии: а) коммуникативные; б) социально-демографические; в) психографические; г) социально-экономические; д) культурные.

22. Способы создания мифа: а) новые ценности; б) чудесность; в) новая экзистенциальность; г) приобщение к референтным личностям.

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

1. Социальная коммуникация:

- а) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств +
- б) сообщения в СМИ
- в) инженерные пути сообщения

2. Отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит в:

- а) способах кодирования информации +
- б) каналах связи
- в) целях передачи информации

3. Реклама не относится к:

- а) массовой коммуникации
- б) интегрированным маркетинговым коммуникациям
- в) аутокоммуникации +

4. К невербальной коммуникации не относится:

- а) слушание +
- б) таксеика
- в) просодика

5. К электронным СМИ не относится:

- а) ТВ

- б) радио
- в) газета +

6. К коммуникационным революциям относится изобретение:

- а) колеса
- б) книгопечатания +
- в) лазерного оружия

7. Процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей:

- а) чтение
- б) монолог
- в) диалог +

8. Речевая тактика, заключающаяся в использовании неожиданной информации:

- а) неожиданность +
- б) обращение к авторитету
- в) момент неформальности

9. Включает в себя все виды речевой деятельности участников общения: говорение, слушание, письмо, чтение – ... компонент коммуникации:

- а) речевой
- б) процессуальный +
- в) знаковый

10. Речевая тактика, при которой неблагоприятную информацию подкрепляют словами, что «так бывает», называется:

- а) неожиданностью
- б) примером
- в) обобщением +

11. Коммуникативная сторона общения:

- а) взаимопонимание участников общения
- б) обмен информацией между людьми +
- в) организация взаимодействия между людьми

12. Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:

- а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности +
- б) хозяйственных сооружений
- в) транспортной инфраструктуры

13. Модель, которая трактует эффект воздействия маркетинговых коммуникаций с точки зрения трех фаз отношений потребителя к продукту, называется моделью:

- а) простого воспроизводства
- б) «иерархии эффектов» +
- в) реализации

14. Наибольшее воздействие на представителей целевых аудиторий оказывает:

- а) телевидение; б) межличностный канал; в) радио; г) пресса; д) личное письмо.

15. Основу СМИ составляют каналы

- а) Интернет; б) радио; в) внешняя реклама; г) телевидение; д) массовая рассылка

16. Сбор и обработка первичных социологических данных предполагают уровень структуры социологического знания:

а) фундаментальный; б) теории среднего уровня; в) структурный; г) эмпирический; д) функциональный.

17. Общество, рассматриваемое как социальная система, обладает: а) интеграцией; б) размытостью границ; в) самодостаточностью; г) целостностью; д) латентностью; е) открытостью.

18. При выражении основной идеи, чувства или настроения символические коммуникации по сравнению с языком получают основные преимущества: а) в точности; б) краткости; в) гибкости; г) эмоциональности; д) мобильности.

19. Основные стимулы в модели убеждающей коммуникации: а) ситуация; б) аудитория; в) коммуникатор; г) канал; д) периферийность.

20. Ситуации коммуникационного воздействия: а) кризисные; б) неопределенные; в) конфликтные; г) ситуации полной «раскрутки»; д) репродуктивные.

21. Характеристики целевой аудитории при коммуникативном воздействии: а) коммуникативные; б) социально-демографические; в) психографические; г) социально-экономические; д) культурные.

22. Способы создания мифа: а) новые ценности; б) чудесность; в) новая экзистенциальность; г) приобщение к референтным личностям.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Отлично Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Очень хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «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	Неудовлетворитель- но Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Плохо Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

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 материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем 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	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы 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 некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован 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-16

1. Генезис массовых коммуникаций
2. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций
3. Рационалистский подход (концепция технологического детерминизма)
4. Иррационалистский подход (понимающая социология).
5. Различные концепции изучения социальных коммуникаций
6. Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл).
7. Новая коммуникативная стратегия
8. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации
9. Современное развитие теорий массового общества
10. Виды коммуникации
11. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
12. Личность в системе коммуникации. Параметры, типы коммуникативной личности. Понятие

языковой личности
13. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.
14. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации
15. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях. Протестная коммуникация

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

1. Генезис массовых коммуникаций
2. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций
3. Рационалистский подход (концепция технологического детерминизма)
4. Иррационалистский подход (понимающая социология).
5. Различные концепции изучения социальных коммуникаций
6. Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл).
7. Новая коммуникативная стратегия
8. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации
9. Современное развитие теорий массового общества
10. Виды коммуникации
11. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
12. Личность в системе коммуникации. Параметры, типы коммуникативной личности. Понятие языковой личности
13. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.
14. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации
15. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях. Протестная коммуникация

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Отлично Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Очень хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «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	Неудовлетворитель-но Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Плохо Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

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

Основная литература:

1. Адамьянц Т. З. Социальные коммуникации : учебник / Т. З. Адамьянц. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 200 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-06898-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=841303&idb=0>.
2. Болотова А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 272 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-08188-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846399&idb=0>.
3. Казаринова Н. В. Социальные коммуникации в профессиональной среде. Словарь-справочник : учеб. пособие / Казаринова Н. В., Пашковский Е. А. - Санкт-Петербург : СПбГЭТУ ЛЭТИ, 2020. - 76 с. - Книга из коллекции СПбГЭТУ ЛЭТИ - Языкознание и литературоведение. - ISBN 978-5-7629-2691-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=804131&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Воскресенская Наталья Геннадьевна. Контент-анализ в медиакоммуникациях : учебно-методическое пособие / Н. Г. Воскресенская ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2019. - 45 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=795669&idb=0>.
2. Чумиков А. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие / А. Н. Чумиков. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 199 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15991-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871071&idb=0>.

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

1. Центральный официальный портал Российской Федерации – сайт «Официальная Россия», размещенный по адресу <http://gov.ru>.
2. Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/>;
3. Научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gnpbu.ru>;
4. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>;
5. www.evartist.ru – электронная библиотека факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова;
6. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>;<http://koob.ru>;
<http://ihtik.lib.ru>; <http://elibrary.ru>;
7. Федеральный портал «Российское образование» www.edu.ru;
8. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>;
9. Библиотека Гумер (гуманитарные науки) <http://www.gumer.info/>;
10. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/for-individuals/>;
11. НЭБ «Киберленинка» <http://cyberleninka.ru/>;
12. Справочно-информационный портал www.gramota.ru;
13. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ) <http://elibrary.rsl.ru/>;
14. Электронная библиотека учебников <http://studentam.net/>;
15. http://www.erudition.ru/referat/printref/id.25504_1.html (Российская Электронная Библиотека «Эрудит»)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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

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): Рыжакова Елена Владимировна, кандидат культурологии
Соболева Анна Владиславовна, кандидат социологических наук.

Заведующий кафедрой: Петрова Ирина Эдуардовна, доктор социологических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 28.12.2024, протокол № 21.