

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет  
Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Историко-филологический  
факультет

Евгений Викторович  
Дроботушенко

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_  
г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.01 Социологические методы исследования медиа  
на 180 часа(ов), 5 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом  
Министерства образования и науки Российской Федерации от  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. № \_\_\_\_

Профиль – Коммуникативные технологии в связях с общественностью и рекламе (для  
набора 2022)

Форма обучения: Заочная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

- формирование базовых представлений о методах исследования в работе специалиста по связям с общественностью и рекламе как важной информационной и социально-ориентированной деятельности;
- научить применению методов социологического анализа действительности в практике работы специалиста по связям с общественностью и рекламе, в организации социологического исследования деятельности СМИ.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать системные представления о методах исследования в работе специалиста по связям с общественностью и рекламе;
- привить первичные навыки проведения социологических исследований, которые можно использовать, как в научно-исследовательской деятельности, так и в работе по профессии.

## 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Учебная дисциплина «Социологические методы исследования медиа» относится к к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.01).

## 1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы), 180 часов.

Виды занятий	Семестр 2	Всего часов
Общая трудоемкость		180
Аудиторные занятия, в т.ч.	12	12
Лекционные (ЛК)	4	4
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	8	8
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	132	132
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой		

**2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-4	ОПК-4.1. (общий по УГСН) Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп.	<p>Знать: теоретические основы интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп.</p> <p>Уметь: интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп.</p> <p>Владеть: навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп.</p>
ОПК-4	ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	<p>Знать: теоретические основы процесса изучения аудиторий и как использовать его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь: организовать процесс изучения аудиторий и использовать его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов</p>

		<p>рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть: навыками организации процесса изучения аудиторий и использования его результатов, выявленных данных о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработки /реализации иных коммуникационных продуктов</p>
ОПК-7	<p>ОПК-7.1. (общий по УГСН) Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции её социальной ответственности.</p>	<p>Знать: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции её социальной ответственности</p> <p>Уметь: применять закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции её социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками применения закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепций её социальной ответственности</p>
ОПК-7	<p>ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>	<p>Знать: теоретические основы профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.</p> <p>Уметь: применять знания в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. При разработке и реализации</p>

		<p>коммуникационного продукта применять принципы социальной ответственности</p> <p>Владеть: навыками профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Владеть навыками применения принципов социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>
ПК-3	ПК-3.1. Формулирует концепцию научного исследования	<p>Знать: теоретические основы формулирования концепции научного исследования</p> <p>Уметь: формулировать концепцию научного исследования</p> <p>Владеть: навыками формулирования концепции научного исследования</p>
ПК-3	ПК-3.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации	<p>Знать: теоретические основы методов качественного и количественного анализа информационного поля, методов работы с открытыми данными и большими объемами информации</p> <p>Уметь: применять методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации</p> <p>Владеть: навыками применения методов качественного и количественного анализа информационного поля, методов работы с открытыми данными и большими объемами информации</p>
ПК-3	ПК-3.3. Получает, интерпретирует	Знать: теоретические основы

	<p>и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p>	<p>получения, интерпретации и представления результатов исследования. На основе исследования знать как составлять практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p> <p>Уметь: получать, интерпретировать и представлять результаты исследования. На основе исследования уметь составлять практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p> <p>Владеть: навыками получения, интерпретации и представления результатов исследования; навыками составления на основе исследования практических рекомендаций и прогнозирования тенденций коммуникационной сферы</p>
--	--	---

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

##### 3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Исследование аудитории СМИ	1. История исследований аудитории СМИ. 2. Качество информации как залог достижения объективности исследований. 3. Общественное мнение как базовая категория	35	0	2	0	33

			социологии массовой коммуникации.					
2	2.1	Аудитория СМИ	1. Аудитория СМИ: понятие, типология, характеристики. Особенности аудитории СМИ в различных странах. 2. Тенденции информационного поведения аудитории и ее отношения к ним	24	0	2	0	22
3	3.1	Дизайн социологического исследования в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	1. Программа социологического исследования. 2. Выборка в социологическом исследовании	26	2	2	0	22
4	4.1	Количественные и качественные социологические методы исследования в практике специалиста по рекламе и связям с общественностью	1. Анкетирование, интервьюирование, фокус-группа, анализ текстов и наблюдение в практике специалиста по рекламе и связям с общественностью. 2. Социологические исследования в сети Интернет. 3. Визуальные методы в социологическом исследовании. 4. Количественный и качественный анализ данных в социологическом исследовании. 5. Вторичный анализ данных как метод социологического исследования.	59	2	2	0	55
Итого				144	4	8	0	132

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

### 3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
3	3.1	Программа социологического исследования	1. Понятие о программе социологического исследования. 2. Методологический раздел программы. 3. Методический раздел программы.	2
4	4.1	Анкетирование, интервьюирование, фокус-группа, анализ текстов и наблюдение в практике специалиста по рекламе и связям с общественностью	1. Анкетный опрос: концепции вопроса в социологическом исследовании, типы вопросов, конструирование анкеты, виды опросов. 2. Интервью как исследовательский метод: виды интервью, гайд интервью, преимущества и недостатки метода интервью, представление материалов, полученных по результатам проведения интервью. 3. Фокус-группа: задачи и возможности метода, гайд фокус-группы, помещение для фокус-группы, реплики участников фокус-группы, основы техники модерирования, коммуникация между участниками фокус-группы, техники расспроса. 4. Анализ текстов: текст и дискурс как предмет социологических исследований, основные методы анализа текста и дискурса, метод контент-анализа, критический дискурс-анализ. 5. Наблюдение: особенности метода, классификация наблюдений, роль наблюдателя в процессе сбора данных, качество наблюдения	2

### 3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Общественное мнение как базовая категория	1. Социология общественного мнения. 2. Современные концепции общественного мнения. 3. Основные подходы к структурированию	2

		социологии массовой коммуникации.	общественного мнения. 4. Социологические методы изучения общественного мнения. 5. Формирование общественного мнения.	
2	2.1	Аудитория СМИ: понятие, типология, характеристики. Особенности аудитории СМИ в различных странах.	1. Особенности аудитории СМИ в различных странах. 1.1 Особенности российской аудитории печатных СМИ. 1.2 Особенности аудитории стран Западной Европы. 2. Методы социологических исследований аудитории и их возможности.	2
3	3.1	Выборка в социологическом исследовании	Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании. 1. Выборочное обследование как разновидность сплошного обследования. 2. Основные понятия теории выборки.	2
4	4.1	Количественный и качественный анализ данных в социологическом исследовании	Количественный и качественный анализ данных в социологическом исследовании. 1. Базовые процедуры обработки и статистического анализа социологической информации при использовании количественной стратегии исследования, алгоритмы их выбора в зависимости от типа данных и задач исследования. 2. Базовые приемы работы в рамках универсального статистического пакета SPSS, а также способы табличного и графического представления полученных результатов и особенности их интерпретации. 3. Основные подходы к качественному анализу данных в социологическом исследовании. 4. Метод обоснованной теории. 5. Правила и алгоритмы применения открытого, осевого и избирательного кодирования качественных данных. 6. Основные понятия осевого кодирования: каузальные условия, феномен, контекст, промежуточные условия, стратегии	2

			действия/взаимодействия, следствия, модель парадигмы.
--	--	--	--

### 3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

### 3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	1. Теоретические традиции социологических исследований. 1.1 Структурный функционализм. 1.2 Марксистская теория. 2. Социологические концепции. 2.1 Социокультурные концепции. 2.2 Структурализм и концепция дискурса. 2.3 Специальные социологические теории. 3. Современные направления социологического изучения медиа.	Вопросы для самостоятельного изучения и составления конспекта по каждому из них.	11
	1.1	Требования достоверности, объективности, полноты и доказательности научного исследования. 1. Принцип достоверности научного исследования. 2. Объективность и доказательность научного исследования. 3. Полнота научного исследования.	Вопросы для самостоятельного изучения и составления конспекта по каждому из них.	11

		<p>4. Некоторые аспекты эффективности публикаций с использованием социологических данных.</p> <p>5. Подготовка и использование социологического инструментария в работе над журналистскими расследованиями.</p>		
	1.1	<p>Потребление СМИ, аудиторное поведение</p> <p>1. Поведение аудитории.</p> <p>2. Частота и интенсивность потребления СМИ.</p> <p>3. Тенденции поведения российской аудитории СМИ.</p>	<p>1. Вопросы для контроля усвоенного материала. 2. Практические задания. 3. Тестовый контроль.</p>	11
2	2.1	<p>Особенности программирования социологического исследования</p> <p>1. Методологическая и процедурная части программы. 2. Этапы социологического исследования.</p>	<p>1. Темы для реферата. 2. Практические задания.</p>	11
	2.1	<p>Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании.</p> <p>1. Выборочное обследование как разновидность несплошного обследования. 2. Основные понятия теории выборки.</p>	<p>Вопросы для самостоятельного изучения и составления конспекта по каждому из них.</p>	11
3	3.1	<p>Особенности программирования социологического исследования</p> <p>1. Методологическая и процедурная части</p>	<p>1. Вопросы для контроля усвоенного материала. 2. Практические задания.</p>	11

		программы. 2. Этапы социологического исследования.		
	3.1	Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании. 1. Выборочное обследование как разновидность несплошного обследования. 2. Основные понятия теории выборки.	1. Практические задания. 2. Решение кейсов. 3. Тестовый контроль.	11
4	4.1	Количественные и качественные социологические методы исследования в практике специалиста по рекламе и связям с общественностью. 1. Анкетный опрос. 2. Метод интервьюирования. 3. Конен-анализ. 4. Фокус-группа. 5. Метод наблюдения и социологический эксперимент. 6. Прогнозирование и биографический метод.	1. Вопросы для контроля усвоенного материала. 2. Практические задания.	11
	4.1	Проведение социологических опросов в Интернете. 1.История становления метода онлайн опросов. 2.Методология проведения онлайн-опроса. 3.Преимущества и недостатки онлайн-опроса. 4. Особенности измерения рейтинга телепрограмм. Дневниковые панели. Использование электронных счетчиков аудитории.	1. Вопросы для контроля усвоенного материала. 2. Вопросы для семинара.	11

	4.1	<p>Методологические основы применения визуального метода в социологических исследованиях. 1. Фотография как вид документа. 2. Основные особенности качественного и количественного метода анализа фотографий.</p>	<p>1. Вопросы для контроля усвоенного материала. 2. Вопросы для самостоятельного изучения и составления конспекта по каждому из них.</p>	11
	4.1	<p>Количественный и качественный анализ данных в социологическом исследовании. 1. Базовые процедуры обработки и статистического анализа социологической информации при использовании количественной стратегии исследования, алгоритмы их выбора в зависимости от типа данных и задач исследования. 2. Базовые приемы работы в рамках универсального статистического пакета SPSS, а также способы табличного и графического представления полученных результатов и особенности их интерпретации. 3. Основные подходы к качественному анализу данных в социологическом исследовании. Метод обоснованной теории. 4. Правила и алгоритмы применения открытого, осевого и избирательного кодирования качественных данных. 5. Основные понятия</p>	<p>1. Вопросы для контроля усвоенного материала. 2. Вопросы для самостоятельного изучения и составления конспекта по каждому из них.</p>	11

		осевого кодирования: каузальные условия, феномен, контекст, промежуточные условия, стратегии действия/взаимодействия , следствия, модель парадигмы.		
	4.1	Вторичный анализ данных. 1. Возможности использования вторичных данных в социологическом исследовании и особенности работы с ними. 2. Понятия «архивы социологических данных», «вторичные данные», «вторичный анализ», «вторичное исследование». 3. Процедура работы с вторичными данными на таких этапах социологического исследования, как разработка программы исследования, оценка выборочной совокупности, знакомство с имеющимся инструментарием и анализ переменных. 4. Преимущества, недостатки и этические аспекты вторичного анализа данных.	1. Вопросы для контроля усвоенного материала. 2. Практические задания.	11

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Основная литература

#### 5.1.1. Печатные издания

1. Козырев Г.И. Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании: учеб. пособие / Г.И. Козырев. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2017. – 254 с.
2. Лубский А.В. Методология социального исследования: учеб. пособие / А.В. Лубский. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 154 с.
3. Могильчак Е. Л. Методика социологического исследования. Выборочный метод : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. Л. Могильчак ; под науч. ред. А. В. Меренкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. – 117 с. – (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02668-9.
4. Скобелев В. Л. Медиаисследования : учебное пособие / В. Л. Скобелев, М. М. Фатеев ; Министерство культуры Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения. – Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2022. – 181 с.
5. Социология. Методика проведения социологических исследований : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. – 118 с. – (Серия : Университеты России). – ISBN 978-5-534-01704-5
6. Социология массовых коммуникаций: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Осипова, И. В. Орлова, И. В. Соколова. – М., Академия, 2014. – 398 с.
7. Зерчанинова Т. Е. Социология: методы прикладных исследований : учебное пособие для вузов / Т. Е. Зерчанинова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 207 с. – (Серия : Университеты России). – ISBN 978-5-534-00106-8.

#### 5.1.2. Издания из ЭБС

1. Полуэхтова И.А. Социология массовой коммуникации. Часть 1 [Электронный ресурс]: курс лекций/ Полуэхтова И.А. Электрон. текстовые данные. М.: Московский гуманитарный университет, 2012. – 204 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14530>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Фомичева И.Д. Социология СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Фомичева И.Д. Электрон. текстовые данные. М.: Аспект Пресс, 2012. – 228 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8858>. – ЭБС «IPRbooks».
3. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И. Электрон. текстовые данные. М.: Дашков и К, 2012. –Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10932>. – ЭБС «IPRbooks».

### 5.2. Дополнительная литература

#### 5.2.1. Печатные издания

1. Горшков М.К. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. – 416 с.
2. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации: Учебник / В.И. Гостенина, А.Г.

Киселев. - 2-е изд., перераб. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.

3. Готлиб А. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы / А. Готлиб. – Самара: Изд-во Самарского ун-та, 2002. – 223 с.

4. Методология и методы социологического исследования: учебник / под ред. В. И. Дудиной, Е. Э. Смирновой; С. – Петерб. гос. ун-т. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2014. – 388 с.

5. Полищук М. Социологический анализ читательских предпочтений (по результатам социологического исследования) / М. Полищук // Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 1, 2013. – С. 25-27.

6. Тавокин Е.П. Социологическое исследование / Е.П. Тавокин // Социология: Учебное пособие / Под ред. Д.С. Клементьева. – М.: Филол. о-во «Слово»; Изд-во Эксмо, 2004. – С. 354-387.

### 5.2.2. Издания из ЭБС

1. Климантова Г. И. Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022487.html>

2. Современные информационные технологии : учебное пособие / О. Л. Серветник, А. А. Плетухина, И. П. Хвостова [и др.]. — Ставрополь : СКФУ, 2014. — 225 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/155274>

3. Социология СМИ [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706468.html>

4. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов: Введение в медиаметрию [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703497.html>

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121 от 02.05.2017г.	<a href="http://www.trmost.com/">http://www.trmost.com/</a>
ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28 от 31.03.2017г.	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
ЭБС «Лань»; Договор № 223/18-41 от 05.04.2018г.	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27 от 31.03.2017г.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/18-37 от 30.03.2018г.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12 от 28.02.2017 г.	<a href="https://www.studentlibrary.ru/">https://www.studentlibrary.ru/</a>

ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/18-13 от 06.03.2018г.	<a href="https://www.studentlibrary.ru/">https://www.studentlibrary.ru/</a>
Сайт Министерства образования РФ	<a href="http://mon.gov.ru/structure/minister/">http://mon.gov.ru/structure/minister/</a>
Федеральный портал «Российское образование»	<a href="https://edu.ru/">https://edu.ru/</a>
Сайт журнала «Вестник образования России»	<a href="http://vestniknews.ru">http://vestniknews.ru</a>
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>
Каталог образовательных интернет-ресурсов. Журналистика.	<a href="https://ifiyak.sfu-kras.ru/poleznye-ssylki/item/184/">https://ifiyak.sfu-kras.ru/poleznye-ssylki/item/184/</a>
Мир словарей. Коллекция словарей и энциклопедий	<a href="http://www.bse-online.ru/dictionaries/">http://www.bse-online.ru/dictionaries/</a>
Рубрикон – энциклопедический портал. Раздел образование	<a href="http://www.rubricon.com/">http://www.rubricon.com/</a>
Медиаскоп	<a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a>
Медиа@льманах. Научный журнал партнёрства факультетов журналистики	<a href="http://mediaalmanah.ru/last/">http://mediaalmanah.ru/last/</a>
European Journalism Centre	<a href="https://en.wikipedia.org/wiki/European_Journalism_Centre">https://en.wikipedia.org/wiki/European_Journalism_Centre</a>
Национальный фонд подготовки кадров. Приоритетный национальный проект «Образование»	<a href="http://portal.ntf.ru/">http://portal.ntf.ru/</a>
Специализированный образовательный портал «Инновации в образовании»	<a href="http://sinncom.ru/content/reforma/index1.htm">http://sinncom.ru/content/reforma/index1.htm</a>
Информационно-просветительский портал «Электронные журналы»	<a href="http://www.eduhmao.ru/info">http://www.eduhmao.ru/info</a>
Государственная научная педагогическая библиотека им. Ушинского	<a href="http://www.gnpbu.ru/">http://www.gnpbu.ru/</a>

## 6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

- 1) Corel Draw

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

## 8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Перед началом изучения дисциплины студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале и сайте кафедры, с графиком консультаций преподавателей кафедры.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс).

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на «электронный почтовый ящик группы» (таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

Рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям.

Студентам следует:

- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, но и учебную литературу 2017-2022 г. издания;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;

– в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов.

Методические рекомендации по выполнению СРС.

Студентам следует:

– руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;

– выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы.

Разработчик/группа разработчиков:  
Илона Валерьевна Романова

**Типовая программа утверждена**

Согласована с выпускающей кафедрой  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.