

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.О.04.04 Теория и практика массовой коммуникации  
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 42.03.02 - Журналистика

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

Профиль – Мультимедийная журналистика (для набора 2024)  
Форма обучения: Очная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование целостного представления о теоретических и практических аспектах массовых коммуникаций.

Задачи изучения дисциплины:

- определение роли массовой информации и массового сознания в структуре массовой коммуникации;
- определение места и значения массовых коммуникаций в современном информационном пространстве;
- изучение организационных и технологических основ массово-информационного процесса;
- ознакомление с системой средств массовых коммуникаций и особенностями ее функционирования;
- изучение особенностей вербальной и невербальной передачи информации в массовых коммуникациях;
- изучение теории и практики политической коммуникации в системе массовых коммуникаций.

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

Учебная дисциплина «Теория и практика массовых коммуникаций» относится к модулю общепрофессиональной подготовки Б1.0.04.04.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 5	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	51	51
Лекционные (ЛК)	17	17
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	34	34
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	57	57

Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

## 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
УК-4	УК-4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.	<p>Знать: как строить диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.</p> <p>Уметь: грамотно и ясно строить диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.</p> <p>Владеть: навыками диалогической речи в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.</p>
УК-4	УК-4.2. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.	<p>Знать: как осуществлять деловую переписку на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.</p> <p>Уметь: вести деловую переписку на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.</p> <p>Владеть: навыками деловой переписки на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.</p>
УК-4	УК-4.3. Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать	Знать: как находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке, полученную

	<p>информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.</p>	<p>из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.</p> <p>Уметь: находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.</p> <p>Владеть: навыками поиска и использования информации на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.</p>
УК-4	<p>УК-4.4. Создает на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты, в том числе в сфере массмедиа</p>	<p>Знать: как создавать на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты, в том числе в сфере массмедиа.</p> <p>Уметь: создавать на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты, в том числе в сфере массмедиа.</p> <p>Владеть: навыками написания на русском языке грамотных и непротиворечивых письменных текстов, в том числе в сфере массмедиа.</p>
УК-4	<p>УК-4.5. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ технологий.</p>	<p>Знать: как осуществлять поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ технологий.</p> <p>Уметь: осуществлять поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ технологий.</p>

		<p>Владеть: навыками поиска необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ технологий.</p>
ОПК-2	<p>ОПК – 2.1. (общий по УГСН) Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>	<p>Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>Уметь: использовать знания системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>Владеть: навыками применения знаний о системе общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденций развития</p>
ОПК-2	<p>ОПК – 2.2. (по направлению подготовки «Журналистика») Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>	<p>Знать: как соблюдать принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p> <p>Уметь: соблюдать принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p> <p>Владеть: навыками соблюдения принципа объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

### 3.1 Структура дисциплины для очной 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	Теория и практика массовой коммуникации и информации	1. Введение в теорию массовых коммуникаций. 2. Массовая информация в массовых коммуникациях. 3. Массово-информационный процесс в массовых коммуникациях. 4. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации в массовых коммуникациях. 5. Эффекты и эффективность массовой коммуникации.	65	10	20	0	35
2	2.1	Невербальная и вербальная передача информации в массовых коммуникациях	1. Невербальная передача информации в массовой коммуникации. 2. Вербальная передача информации в массовой коммуникации. 3. Теория и практика политической коммуникации.	43	7	14	0	22
Итого				108	17	34	0	57

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Введение в	1. Понятие коммуникации. Типы,	2

		теорию массовых коммуникаций	виды и формы коммуникации. Стадии развития коммуникации. 2. Массовая коммуникация: понятие, сущность, цели и особенности. 3. Функции массовой коммуникации. 4. Модели массовой коммуникации.	
	1.1	Массовая информация в массовых коммуникациях	1. Базовые категории теории массовой информации (информация, массовая информация, массово-информационные потоки, информационное пространство). 2. Социальные свойства массовой информации. 3. Роль массовой информации в формировании массового сознания. 4. Количественные и качественные характеристики массовой информации в массовых коммуникациях.	2
	1.1	Массово-информационный процесс в массовых коммуникациях	1. Понятие, признаки и структура массово-информационного процесса. 2. Психологические эффекты массовых информационных процессов. 3. Этапы массово-информационных процессов.	2
	1.1	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации в массовых коммуникациях	1. Понятие и сущность менеджмента новостей. 2. Механизмы управления новостной информацией. 3. Приемы конструирования новостной информации. 4. Понятие спиндокторства. Этические основы «спина».	2
	1.1	Эффекты и эффективность массовой коммуникации	1. Традиция исследования эффектов: факторы интереса, зарождение, периодизация. 2. Ранний этап: парадигма «сильных медиа». 3. Второй этап: концепции ограниченных эффектов. 4. Современный этап: многообразие подходов и отсутствие единой позиции.	2
2	2.1	Невербальная передача информации в массовой коммуникации	1. Система невербальной коммуникации в массовых коммуникациях. 2. Цели невербальной коммуникации в массовых коммуникациях. 3.	2

		и	Использование в СМИ невербальных коммуникативных приемов в массовых коммуникациях.	
	2.1	Вербальная передача информации в массовой коммуникации	1. Специфика вербальной коммуникации и ее функции в массовых коммуникациях. 2. Особенности языка СМИ: общая характеристика медиа речи.	2
	2.1	Теория и практика политической коммуникации	1. Сущность коммуникации как политического процесса. 2. Теории политической коммуникации. 3. Структура политической коммуникации. 4. Сущность и особенности массовых политических коммуникаций.	3

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Введение в теорию массовых коммуникаций	<p>Модели массовой коммуникации 1. Базовые модели коммуникации: линейная модель Г. Лассуэлла, линейная модель Шеннона-Уивера, кибернетическая модель коммуникации Н. Винера, модель М. Дефлюера, социально-психологическая модель А. Т. Ньюкомба, циклическая модель Оскуд- Шрамма и др. 2. Модели воздействия и распространения информации: двухступенчатая и многоступенчатая модели МК. 3. Модели убеждения: модель процесса убеждения Уильяма Мак-Гайра, модель убеждения Фишбейна – Айзена, инструментальная теория убеждения Ховланда, Джаниса и Келли, теория социального влияния Келмана. 4. Модели диалога: М. Бахтина, Ю. Кристевой, Р. Барга, У Матураны. 5. Модели в сфере PR: модель манипулятивная – пресс-посредничество или «паблисити», модель информирования</p>	4

			общественности, двусторонняя асимметричная модель, двусторонняя симметричная модель.	
	1.1	Массовая информация в массовых коммуникациях	Массовая информация в массовых коммуникациях 1. Семантическая теория информации. 2. Смысловое содержание информации (тезаурусная мера). 3. Виды информации (оперативная, структурная, функциональная). 4. Свойства информации (достоверность, адекватность, объективность, доступность, точность, полнота информации). 5. Авторитетная информация.	4
	1.1	Массово-информационный процесс в массовых коммуникациях	Теории массовой коммуникации 1. Теория социального (викарного) научения Альберта Бандуры 2. Теория культивирования Джорджа Гербнера 3. Теория социализации (1960 г.) Жана Пиаже 4. Теория использования и удовлетворения Джей Блюмера, Элиха Кац и др. 5. Теория установления (навязывания) повестки дня Максвелла Маккомбса и Дональдо Шоу 6. Когнитивная теория Джорджа Келли	4
	1.1	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации в массовых коммуникациях	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации в массовых коммуникациях 1. Критерии отбора событий для новостей и их новостная ценность. 2. Формы подачи информации (эксклюзив, сенсация, интрига, провокация, информационная война). 3. Спиндокторинг как технология защиты интересов организации в медиaprостранстве.	4
	1.1	Эффекты и эффективность массовой коммуникации	Эффекты и эффективность массовой коммуникации 1. Формирование стереотипов общественного сознания – как эффект СМК. Понятия: общественное сознание и стереотипы. Основные стереотипы, которые навязывают СМИ: гендерные,	4

			<p>этнические или национальные, политические, конфессиональные или религиозные. 2. Слухи – как эффект СМК. Понятие слуха. Типы слухов. Факторы возникновения и распространения слухов. Модель Г. Оллпорта и Л. Постмана по управлению слухами. Временная формула эффективного реагирования на слухи. Позитивные и негативные методы борьбы со слухами. 3. СМК и массовое поведение (толпа и паника). Массовая паника и толпа как один из эффектов массовой коммуникации. Средства борьбы с паникой. 4. Роль СМК в формировании общественного мнения. Функции СМК в процессе формирования и функционирования общественного мнения. Основные направления влияния СМИ на формирование общественного мнения. 5. Критерии, способы и методы измерения эффективности массовой коммуникации.</p>	
2	2.1	Невербальная передача информации в массовой коммуникации	<p>Невербальная коммуникация в массовых коммуникациях 1. Невербальные формы массовой коммуникации (мимика и жесты). 2. Паралингвистические и экстралингвистические средства невербальной массовой коммуникации. 3. Конгруэнтность. 4. Язык телодвижений (факторы, оказывающие влияние на интерпретацию жестов; толкование группы жестов; роль контекста в интерпретации невербального поведения)</p>	4
	2.1	Вербальная передача информации в массовой коммуникации	<p>Вербальная коммуникация в массовых коммуникациях 1. Описание вербальной коммуникации. 2. Отличия вербальной от невербальной коммуникации. 3. Виды вербальной коммуникации. 4. Барьеры вербальной коммуникации. 5. Секреты успеха деловой вербальной коммуникации 6. Приемы</p>	4

			деловой вербальной коммуникации. 7. Ошибки при опосредованной коммуникации.	
	2.1	Теория и практика политической коммуникации	Вербальные и невербальные средства формирования имиджа политика 1. Основы вербального имиджа политика, его речевая и содержательная составляющие. Коммуникативная характеристика политика, его предпочтения (высказывания) в сфере речевых жанров. 2. Невербальные компоненты имиджа политического лидера	6

### 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	<p>Модели массовой коммуникации 1. Базовые модели коммуникации: линейная модель Г. Лассуэлла, линейная модель Шеннона-Уивера, кибернетическая модель коммуникации Н. Винера, модель М. Дефлюера, социально-психологическая модель А. Т. Ньюкомба, циклическая модель Оскуд- Шрамма и др. 2. Модели воздействия и распространения информации: двухступенчатая и многоступенчатая модели</p>	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	7

		<p>МК. 3. Модели убеждения: модель процесса убеждения Уильяма Мак-Гайра, модель убеждения Фишбейна – Айзена, инструментальная теория убеждения Ховланда, Джаниса и Келли, теория социального влияния Келмана. 4. Модели диалога: М. Бахтина, Ю. Кристевой, Р. Барта, У Матураны. 5. Модели в сфере PR: модель манипулятивная – пресс-посредничество или «паблисити», модель информирования общественности, двусторонняя асимметричная модель, двусторонняя симметричная модель.</p>		
	1.1	<p>Массовая информация в массовых коммуникациях 1. Семантическая теория информации. 2. Смысловое содержание информации (тезаурусная мера). 3. Виды информации (оперативная, структурная, функциональная). 4. Свойства информации (достоверность, адекватность, объективность, доступность, точность, полнота информации). Авторитетная информация.</p>	Выполнение практических заданий	7
	1.1	<p>Теории массовой коммуникации 1. Теория социального (викарного) научения Альберта</p>	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	7

		<p>Бандуры 2. Теория культивирования Джорджа Гербнера 3. Теория социализации (1960 г.) Жана Пиаже 4. Теория использования и удовлетворения Джей Блюмера, Элиха Кац и др. 5. Теория установления (навязывания) повестки дня Максвелла Маккомбса и Дональдо Шоу 6. Когнитивная теория Джорджа Келли</p>		
	1.1	<p>Менеджмент новостей и конструирование новостной информации в массовых коммуникациях 1. Критерии отбора событий для новостей и их новостная ценность. 2. Формы подачи информации (эксклюзив, сенсация, интрига, провокация, информационная война). 3. Спиндокторинг как технология защиты интересов организации в медиапространстве.</p>	Выполнение практических заданий	7
	1.1	<p>Эффекты и эффективность массовой коммуникации 1. Формирование стереотипов общественного сознания – как эффект СМК. Понятия: общественное сознание и стереотипы. Основные стереотипы, которые навязывают СМИ: гендерные, этнические или национальные, политические, конфессиональные или</p>	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	7

		<p>религиозные. 2. Слухи – как эффект СМК. Понятие слуха. Типы слухов. Факторы возникновения и распространения слухов. Модель Г. Оллпорта и Л. Постмана по управлению слухами. Временная формула эффективного реагирования на слухи. Позитивные и негативные методы борьбы со слухами. 3. СМК и массовое поведение (толпа и паника). Массовая паника и толпа как один из эффектов массовой коммуникации. Средства борьбы с паникой. 4. Роль СМК в формировании общественного мнения. Функции СМК в процессе формирования и функционирования общественного мнения. Основные направления влияния СМИ на формирование общественного мнения. 5. Критерии, способы и методы измерения эффективности массовой коммуникации.</p>		
2	2.1	<p>Невербальная коммуникация в массовых коммуникациях 1. Невербальные формы массовой коммуникации (мимика и жесты). 2. Паралингвистические и экстралингвистические средства невербальной массовой коммуникации. 3. Конгруэнтность. 4.</p>	Выполнение практических заданий	7

		Язык телодвижений (факторы, оказывающие влияние на интерпретацию жестов; толкование группы жестов; роль контекста в интерпретации невербального поведения)		
	2.1	Вербальная коммуникация в массовых коммуникациях 1. Описание вербальной коммуникации. 2. Отличия вербальной от невербальной коммуникации. 3. Виды вербальной коммуникации. 4. Барьеры вербальной коммуникации. 5. Секреты успеха деловой вербальной коммуникации 6. Приемы деловой вербальной коммуникации. Ошибки при опосредованной коммуникации.	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	7
	2.1	Вербальные и невербальные средства формирования имиджа политика 1. Основы вербального имиджа политика, его речевая и содержательная составляющие. Коммуникативная характеристика политика, его предпочтения (высказывания) в сфере речевых жанров. ... 2. Невербальные компоненты имиджа политического лидера	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	8

#### **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. Аминов И.И. Психология делового общения: учебник для студентов вузов / И.И. Аминов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2017. – 287 с.
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. Учебное пособие / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект пресс. – 2016. – 176 с.
3. Бороздина Г. В., Кормнова Н. А. Психология общения. Учебник и практикум. М.: Юрайт. – 2017. – 464 с.
4. Головкин Борис Деловые издания: Информационный менеджмент массовой коммуникации / Борис Головкин. – М.: Издательство Михайлова В. А. – 2016. – 128 с.
5. Ефимова Н. С. Психология общения. Практикум по психологии: учеб. пособие / Н.С. Ефимова. – Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА. – М.: – 2018. – 192 с.
6. Истратова О.Н. Психология эффективного общения и группового взаимодействия: учеб. пособие / О.Н. Истратова, Т.В. Эксакусто. – Ростов-наДону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета. – 2018. – 192 с.
7. Кирия И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики. – 2017. – 424 с.
8. Мандель Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : ДиректМедиа. – 2019. – 437. – с. 9.
9. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество / М.М. Назаров. – М.: Аванти плюс. – 2016. – 432 с.
10. Садовская В. С., Ремизов В. А. Психология общения. Учебник и практикум для СПО. – М.: Юрайт. – 2019. – 170 с.
11. Самыгин С. И., Столяренко Л. Д., Гафиятулина Н. Х. Психология делового общения. Учебное пособие. – М.: Феникс. – 2020. – 298 с.
12. Столяренко Л. Д., Самыгин С. И. Психология общения. Учебник для колледжей. – М.: Феникс. – 2020. – 318 с.
13. Якимова О. А. Массовая коммуникация: теория и практика : учебное пособие / О. А. Якимова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. – 2020. – 112 с.

##### **5.1.2. Издания из ЭБС**

1. Якимова О. А. Массовая коммуникация: теория и практика : учебное пособие / О. А.

Якимова. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-9765-5034-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/231761>

2. Эстетическая и массовая коммуникация: вопросы теории и практики : монография / под редакцией Н. В. Ковтуни Е. Е. Анисимовой. — 3-е изд., испр. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 185 с. — ISBN 978-5-9765-1989-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/122630>

## **5.2. Дополнительная литература**

### **5.2.1. Печатные издания**

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев – М.: Аспект Пресс. – 2005. – 176 с.

2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. – М.: РИП-холдинг. – 2003. – 174 с.

3. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин ; пер. с англ. А. А. Науменко. – Харьков : Гуманитарный центр. – 2015. – 688 с.

4. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества / А.А. Грабельников. – М.: РУДН. – 2015. – 330 с.

5. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова – М.: Изд-во Моск. ун-та. – 1999. – 301 с.

6. Киселев А. Г. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть : учебник / А.Г. Киселев. – Москва: Юнити-Дана. – 2015. – 431 с.

7. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. 3-е изд., стереотипное / М. М. Назаров. – М: УРСС. – 2002. – 239 с.

8. Романов А. А. Массовые коммуникации / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, Инфра-М. – 2013. – 240 с.

9. Тавокин Е. П. Массовая коммуникация. Сущность и состояние в современной России. Учебное пособие / Е.П. Тавокин. – М.: Либроком. – 2015. – 200 с.

10. Уолрэнд Дж. Введение в теорию сетей массового обслуживания / Дж. Уолрэнд. – М.: Мир. – 2016. – 336 с.

11. Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и Ко. – 2013. – 320 с.

12. Яшин Б. Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций : учебное пособие Ъ Б. Л. Яшин. – М.: Директ-Медиа. – 2015. – 243 с.

### **5.2.2. Издания из ЭБС**

1. Ковтун Н. В. Эстетическая и массовая коммуникация: вопросы теории и практики : монография / Н. В. Ковтун, Е. Е. Анисимова. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 185 с. — ISBN 978-5-9765-1989-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/72762>

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

Название	Ссылка

Справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия).	<a href="https://internet.garant.ru/">https://internet.garant.ru/</a>
Электронная библиотека РУКОНТ.	<a href="https://rucont.ru/">https://rucont.ru/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks.	<a href="https://iprmedia.ru/products/ipr-books.html">https://iprmedia.ru/products/ipr-books.html</a>
Федеральный портал «Российское образование».	<a href="https://edu.ru/">https://edu.ru/</a>
Философский портал.	<a href="https://filosoff.org/">https://filosoff.org/</a>
Портал «Гуманитарное образование».	<a href="http://abitur.su/gumanitarnoe-obrazovanie/">http://abitur.su/gumanitarnoe-obrazovanie/</a>
Библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.	<a href="https://www.rfbr.ru/rffi/ru/books">https://www.rfbr.ru/rffi/ru/books</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>
Литература по журналистике.	<a href="https://www.studmed.ru/science/zhurnalistika/">https://www.studmed.ru/science/zhurnalistika/</a>
Мастера школы журналистики.	<a href="https://fdp.hse.ru/ischool/media/">https://fdp.hse.ru/ischool/media/</a>
Санкт-Петербургский государственный университет. Методы и результаты исследования.	<a href="https://www.unipage.net/ru/saint_petersburg_state_university">https://www.unipage.net/ru/saint_petersburg_state_university</a>
Учебники, книги, издания. Журналистика.	<a href="https://vse-ychebniki.ru/uchebnik-po-jurnalistike/">https://vse-ychebniki.ru/uchebnik-po-jurnalistike/</a>
Научная электронная библиотека (НЭБ).	<a href="https://www.elibrary.ru/defaultx.asp">https://www.elibrary.ru/defaultx.asp</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) Google Планета Земля
- 2) Microsoft Open XML SDK 2.5 для Office
- 3) Microsoft PowerShell
- 4) Система ГАРАНТ
- 5) СПС "Консультант Плюс"

## **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, закрепленной 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, закрепленной 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 2016-2021 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.