

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Юридический факультет

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
" 31 " 05 2022г.

Рабочая программа дисциплины  
Современные медиасистемы

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника  
Бакалавр

Форма обучения  
очная

Саратов,  
2022

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Голуб О.Ю.		30.05.2022
Председатель НМК	Тогузаева Е.Н.		30.05.2022
Заведующий кафедрой	Голуб О.Ю.		30.05.2022
Специалист Учебного управления			

### 1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Современные медиасистемы» имеет целью формирование общетеоретических комплексных знаний и научная систематизация знаний о функционирующих в современном информационном пространстве медиасистемах. В рамках освоения курса предполагается знакомство с основными теориями информационного общества и практический анализ (в рамках самостоятельной подготовки) локальных медиа. Курс нацелен на формирование целостного представления об устройстве и функциональных особенностях сложного комплекса информационных потоков, формирующих феномен массовой информации.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Современные медиасистемы» (Б1.В.03) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана ООП подготовки по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Данная дисциплина опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации», «Теория и практика медиакоммуникаций», «История рекламы и связей с общественностью» и составляет основу для ряда специальных дисциплин, изучаемых на последующих этапах обучения, таких, как «Медиапланирование», «Управление проектами в рекламе и связях с общественностью», «Фандрайзинг: технологии социальной солидарности».

### 3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ПК-3</b> Способен самостоятельно разрабатывать и продвигать медиаконтент в видео-, аудио-, фото- и текстовом формате	<b>ПК-3.1</b> Использует современные технологические требования к производственному процессу создания медиаконтента <b>ПК-3.2</b> Владеет навыком «переупаковки» медиаконтента под конкретную платформу СМИ <b>ПК-3.3</b> Умеет использовать новые форматы распространения медиаконтента	<b>Знать:</b> содержание основных теорий информационного общества, а также иметь представление о функциональной специфике локальных, региональных, национальных и международных СМИК. <b>Уметь:</b> определять тип и вид любого средства массовой информации, на основании обзорного анализа делать вывод о его целевой аудитории <b>Владеть:</b> навыками типологического анализа СМИ; знаниями о современных цифровых интерактивных технологиях, системах их использования в работе СМИ

### 4.

#### Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семе стр	Неде ля семес тра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			СРС	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)  Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекц ии	Практические занятия			
					Обща я трудо емко сть	Из них – практ ическ ая подго товка		
1	Тема 1. Российские средства массовой информации: исторический экскурс	4		4	4	4	16	подготовка докладов, выступлений
2	Тема 2. Основные характеристики медиасистемы: компоненты, их взаимодействие, свойства	4		6	6	6	16	подготовка выступлений; подготовка эссе
3	Тема 3. Модели медиасистемы. СМИ и медиапредприятие	4		6	6	6	16	задачи, задания, тестирование
4	Тема 4. Эволюция медиасистемы: от специальных приложений до информационно-промышленных концернов	4		6	6	6	14	задачи, задания, тестирование
5	Тема 5. Виды стратегий медиасистемы	4		6	6	6	16	задачи, задания, тестирование
6	Тема 6. Глобальные трансформации СМИ	4		4	4	4	16	подготовка докладов, выступлений
7	Тема 7. Личность в современной медиасистеме	4		4	4	4	14	задачи, подготовка эссе, задания, тестирование
	<b>Промежуточная аттестация – 36ч.</b>	<b>4</b>						<b>Экзамен</b>
	<b>Всего 216 часов</b>			<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>108</b>	

## Содержание учебной дисциплины

### **Тема 1. Российские средства массовой информации: исторический экскурс**

Базовые понятия курса: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация. Определения, функции, современные особенности.

Российские СМИ в историческом контексте. Принципиальные сходства и различия советской и российской медиасистем. Вектор трансформации российских СМИ. Факторы, повлиявшие на медиапроцессы: экономические, социальные, политические, технологические.

Смена информационной модели. Изменение роли и функций журналиста и аудитории. Роль журналистики в перспективном развитии страны, формировании гражданского общества и правового государства.

### **Тема 2. Основные характеристики медиасистемы: компоненты, их взаимодействие, свойства**

Системный подход к изучению средств массовой информации. Признаки медиасистемы: компоненты числом более 2-х, их взаимодействие, системное качество.

Средства массовой информации как элемент инфраструктуры. Компоненты медиасистемы. Формы их взаимодействия. Основные свойства медиасистемы (статические, динамические, синтетические). Статические свойства: целостность, открытость, внутренняя неоднородность, структурированность. Динамические свойства: функциональность, стимулируемость, изменчивость во времени, существование в меняющейся среде. Синтетические свойства: эмерджентность, интегративность, целесообразность.

### **Тема 3. Модели медиасистемы. СМИ и медиапредприятие**

Социальная и экономическая медиасистемы – СМИ и медиапредприятие. Сущностные характеристики: элементы, управление системой. Цели, определяющие целостность медиасистемы, ее единство. СМИ- служение обществу, медиапредприятие – получение прибыли.

Структура медиасистемы.

Государственное и рыночное регулирование СМИ: взаимосвязь понятий. Обратные связи в системе СМИ и медиапредприятий. Саморегулирование медиаорганизаций: социальная ответственность и экономические законы рынка.

Формирование позитивного имиджа, лояльной аудитории. Информационная открытость. Маркетинговые технологии СМИ.

### **Тема 4. Эволюция медиасистемы: от специальных приложений до информационно-промышленных концернов**

Формирование медиарынка России. Западный опыт. Большинство редакций российских СМИ стали предприятиями, деятельность которых определяется законами рынка и нацелена на получение прибыли и обеспечение экономической самостоятельности.

Этапы концентрации СМИ, которые сменялись новыми для России формами работы медиаорганизаций. Выпуск специальных приложений. Организация Издательских домов. Создание Информационно-издательских компаний. Медиахолдинги. Информационно-промышленные концерны.

### **Тема 5. Виды стратегий медиасистемы**

Виды стратегий медиасистемы. Информационные стратегии. Западная модель информирования. Оценка объективности СМИ. Роль личности журналиста в

информационной стратегии сводится к бесстрастному сообщению фактов, сведений, трансляции чужих мнений.

Манипулятивные стратегии. Пропаганда. Виды и способы использования манипулятивных технологий. Классификация манипулятивных уловок. Манипуляция посредством управления информационными потоками. Использование особенностей мышления человека. Использование механизмов социального контроля.

Диалоговые стратегии. Диалог как эффективная форма коммуникации. Стратегия участия. Высшая форма коммуникации в СМИ. Объединение целей, интересов, ресурсов.

Деятельностный подход в медиасистеме. Медиаактивность, которая приводит к активизации гражданского общества.

### **Тема 6. Глобальные трансформации СМИ**

Актуальные проблемы, стоящие перед мировой цивилизацией в современный период. Роль журналистики в их освещении и решении.

Основные современные проблемы в развитии России (в области государственного строительства, экономики, формировании гражданского общества, социальной и культурной сферах, области национальных отношений и т.п.).

Функции журналистики по отношению к различным сферам социальных отношений.

Предпосылки и причины глобальных трансформаций СМИ. Новые медиа. Новые способы передачи информации, новые виды контента и его трансляции. Социальная, экономическая и технологическая обусловленность появления новых медиа.

Аудитория и журналистика. Смена вещательной модели на партнерскую. Децентрализация СМИ.

Информальное поведение аудитории, информальные медиа. Отличия информальных СМИ от традиционных. Блоггерство. Язык блогосферы.

Конвергенция СМИ. Взаимосвязь журналистики и современных футурологических концепции. Возможные сценарии развития.

### **Тема 7. Личность в современной медиасистеме**

Психологические особенности современного медиатизированного человека. Проблемы информационного шума. Многозадачность. Способ восприятия медиатекстов. Клиповое сознание. Визуализация.

Журналист в новой социально-психологической среде. Отношение общества к представителям СМИ. Претензии и ожидания. Саморефлексия журналиста. Творец или ремесленник?

Аудитория: коллективное и индивидуальное сознание. Субъектность и неоднородность аудитории

### **5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины**

В учебном процессе при реализации компетентностного подхода используются активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры; анализ конкретных коммуникационных ситуаций; применяются методы коллективной творческой работы: «мозговой штурм», погружения в проблему, «вживания» в роль, метод сценариев и контрольных вопросов. Проводиться подготовка мультимедийной презентации.

Эти формы сочетаются с внеаудиторной работой в целях формирования и развития профессиональных навыков обучающихся (посещение музейных экспозиций, просмотр театральных постановок и кинофильмов, организация и проведение конкурсов и викторин). Проведение встреч с практическими работниками сферы практической деятельности, специалистами в области коммуникаций, культуры, искусства, спорта, экологии и социальной сферы.

Содержание учебной дисциплины формируется с учетом выделенных на изучение дисциплины часов. Учебная работа формируется из работы на практических занятиях, работы в малых группах, обсуждения кейсов, выполнение специальных заданий и заданий в виде тестов, решения задач, анализа проблемных ситуаций. Сочетание различных видов учебной работы направлено на максимальное освоение учебного материала. Успешное освоение материала предполагает самостоятельную работу студента и руководство этой работой со стороны преподавателей.

Формы контроля: выполнение контрольных заданий и тестов, решение задач, разбор практической коммуникационной деятельности, анализ характерных и особых коммуникационных ситуаций, реферирование статей периодической печати и их анализ, обсуждение актуальных проблем на творческих группах, подготовка эссе по проблемам изученных тем. Итоговый контроль – экзамен.

При проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов определяется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, и может включать в себя устные, письменные на бумаге, письменные на компьютере и иные виды образовательной активности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости студенту предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию студентов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 108 часов.

В процессе изучения дисциплины «Современные медиасистемы» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, задания по работе со специальной литературой, написание эссе, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы.

### **6.1. Виды самостоятельной работы**

<b>Раздел / Тема дисциплины</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Литература</b>
---------------------------------	-----------------------------------	-------------------

Темы 1-7	проработка вынесенных на самостоятельное изучение, решение заданий и кейсов с помощью основной и дополнительной литературы	Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. — М.: Издательство Юрайт, 2019. 269 с. (Бакалавр и магистр. Академический курс). Книга находится в базовой версии ЭБС «ЮРАЙТ». Дзялошинский И.М. Профессиональная этика журналиста. Учебник и практикум для академического бакалавриата— М.: Издательство Юрайт, 2019. 412 с. / Гриф УМО ВО. Книга находится в базовой версии ЭБС «ЮРАЙТ». Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата— М.: Издательство Юрайт, 2019. 239 м. / Гриф УМО ВО. Книга находится в базовой версии ЭБС «ЮРАЙТ»
<b>Итого часов на самостоятельную работу: 108</b>		

## 6.2. Вопросы для углубленного самостоятельного изучения

1. Современные проблемы продвижения печатных СМИ на медиарынке.
2. Конвергенция СМИ как фактор преобразования медиасистемы.
3. Д.Халлин и П. Манчини о моделях медиасистем.
4. Журналистика 2.0. Реальность или дань моде?
5. Особенности контента в современной системе масс-медиа.
6. Роль современной медиасистемы в формировании политической повестки дня.
7. СМИ и гражданское общество: конфликт интересов.
8. Проблемы мифотворчества современных масс-медиа.
9. Журналистика участия: социальная активность и ответственность.
10. Государственные СМИ как инструмент пропаганды.
11. Журналист и аудитория: особенности трансформации в современной медиасистеме.
12. Новые редакционные технологии работы с аудиторией.
13. Глобальные трансформации современной медиасистемы.
14. СМИ на рынке свободного времени.
15. Общественное телевидение как часть российской медиасистемы будущего.
16. Эволюция рыночной стратегии радиовещания в современной медиасистеме.
17. Современные коммуникативные стратегии СМИ. Проблема выбора.
18. Язык сети: особенности трансформации.
19. Информальные СМИ: роль и место в современной медиасистеме.
20. Что нового в новых медиа?
21. Отражение процессов глобализации в развитии медиасистемы России.
22. Медиасистема: понятие, основные компоненты, функции.
23. Системы обмена и накопления информации и их связь с современными медиасистемами.
24. Системы анализа современных информационно-общественных отношений. (Информационный капитализм Мануэля Кастельса, глобальная деревня Маршалла Маклюэна, «Третья волна» Элвина Тоффлера).

25. Современная научная концепция массовой коммуникации.
26. Структура глобальной системы средств массовой информации и коммуникации. Международные и глобальные медиахолдинги.
27. Управление информацией и манипулятивные технологии (Юрген Хабермас и Фрэнк Уэбстер).
28. Традиционные и современные способы манипулирования медиа общественным сознанием.
29. Конвергенция СМИ как фактор трансформации медиасистем.
30. Медиасистема как часть сектора постиндустриальной экономики.
31. Роль современной медиасистемы в формировании политической повестки дня.
32. СМИ и гражданское общество: конфликт интересов.
33. Проблемы мифотворчества современных масс-медиа.
34. Аудитория современных российских СМИ. Феномен «разорванной коммуникации» и «клипового сознания».
35. Понятие общественного телевидения. Причины и возможные перспективы существования общественного телевидения в качестве части российской медиасистемы будущего.
36. Трансформации российского радиовещания в современной медиасистеме.
37. Трансформации российского телевидения в современной медиасистеме.
38. Трансформация типологической структуры современных печатных СМИ России.
39. СМИ в Интернете: специфика, типология, перспективы развития.
40. Понятие новых медиа. Аудио, видео, изображения и текст как интерактивные технологии.
41. СМИ в рамках экономической конъюнктуры. Индустрия массовой культуры и процессы персонализации.
42. Современные конвергентные СМИ. Глобальные тенденции развития медиасистем.

### **6.3. Вопросы для промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины в форме экзамена:**

1. Соотношение понятий: медиа, информация, масс-медиа, коммуникация. Определения, функции, современные особенности.
2. Российские СМИ в историческом контексте. Принципиальные сходства и различия советской и российской медиасистем.
3. Вектор трансформации российских СМИ.
4. Факторы, повлиявшие на медиапроцессы: экономические, социальные, политические, технологические.
5. Смена информационной модели.
6. Роль журналистики в перспективном развитии страны, формировании гражданского общества и правового государства.
7. Системный подход к изучению средств массовой информации.
8. Признаки медиасистемы: компоненты, их взаимодействие, системное качество.
9. Средства массовой информации как элемент инфраструктуры.
10. Компоненты медиасистемы. Формы их взаимодействия.
11. Основные свойства медиасистемы (статические, динамические, синтетические). Статические свойства медиасистемы: целостность, открытость, внутренняя неоднородность, структурированность.
12. Динамические свойства медиасистемы: функциональность, стимулируемость, изменчивость во времени, существование в меняющейся среде.
13. Синтетические свойства медиасистемы: эмерджентность, интегративность, целесообразность.
14. Социальная и экономическая медиасистемы – СМИ и медиапредприятие.
15. Сущностные характеристики медиасистемы: элементы, управление системой.



16. Цели, определяющие целостность медиасистемы, ее единство. СМИ - служение обществу, медиапредприятие – получение прибыли.
17. Структура медиасистемы.
18. Государственное и рыночное регулирование СМИ: взаимосвязь понятий.
19. Обратные связи в системе СМИ и медиапредприятий.
20. Саморегулирование медиаорганизаций: социальная ответственность и экономические законы рынка.
21. Формирование позитивного имиджа, лояльной аудитории. Информационная открытость. Маркетинговые технологии СМИ.
22. Формирование медиарынка России.
23. Этапы концентрации СМИ и медиаорганизации. Выпуск специальных приложений. Организация Издательских домов. Создание Информационно-издательских компаний. Медиахолдинги. Информационно-промышленные концерны.
24. Виды стратегий медиасистемы.
25. Информационные стратегии. Западная модель информирования. Оценка объективности СМИ. Роль личности журналиста в информационной стратегии.
26. Манипулятивные стратегии. Пропаганда.
27. Виды и способы использования манипулятивных технологий. Классификация манипулятивных уловок.
28. Манипуляция посредством управления информационными потоками. Использование особенностей мышления человека. Использование механизмов социального контроля.
29. Диалоговые стратегии. Диалог как эффективная форма коммуникации.
30. Стратегия участия. Высшая форма коммуникации в СМИ. Объединение целей, интересов, ресурсов.
31. Деятельностный подход в медиасистеме. Медиаактивность и её роль в активизации гражданского общества.
32. Функции журналистики по отношению к различным сферам социальных отношений.
33. Предпосылки и причины глобальных трансформаций СМИ.
34. Новые медиа.
35. Социальная, экономическая и технологическая обусловленность появления новых медиа.
36. Аудитория и журналистика. Смена вещательной модели на партнерскую. Децентрализация СМИ.
37. Информальное поведение аудитории, информальные медиа.
38. Отличия информальных СМИ от традиционных.
39. Блогерство. Язык блогосферы.
40. Конвергенция СМИ. Взаимосвязь журналистики и современных футурологических концепции.
41. Психологические особенности современного медиатизированного человека.
42. Проблемы информационного шума. Многозадачность.
43. Способ восприятия медиатекстов. Клиповое сознание. Визуализация.
44. Журналист в новой социально-психологической среде.
45. Аудитория: коллективное и индивидуальное сознание. Субъектность и неоднородность аудитории.
46. Интерактивное и информальное поведение. Психология сети.

#### **6.4. Порядок выполнения самостоятельной работы**

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. Для успешной работы на практическом занятии студент должен прочесть указанную преподавателем литературу, активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные

выступления слушателей на практических занятиях являются главным критерием высокой итоговой оценки.

В процессе изучения дисциплины «Современные медиасистемы» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы, выполнение практических заданий.

В рамках самостоятельной работы студент должен:

- исследовать дополнительную научную литературу;
- разбирать конкретные кейсы;
- работать с учебником и учебно-методическим материалом, самостоятельно изучать отдельные разделы дисциплины.

## 7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
4	10	0	20	30	0	10	30	<b>100</b>

### Программа оценивания учебной деятельности студента

#### 4 семестр

##### Лекции

Посещаемость, опрос, активность и др. за один семестр – от 0 до 10 баллов

**Лабораторные занятия** – не предусмотрены

##### Практические занятия

Оценивается активность, полнота ответов, их правильность, уровень подготовки – от 0 до 20 баллов

##### Самостоятельная работа

Проверка подготовленных рефератов, решенных практических задач. Оценивается правильность оформления, раскрытие вопроса, обоснованность – от 0 до 30 баллов

##### Автоматизированное тестирование

не предусмотрено

##### Другие виды учебной деятельности

Оценивается участие в волонтерском движении, реализации социальных проектов и победы на конкурсах и фестивалях различного уровня – от 0 до 10 баллов

##### Промежуточная аттестация – экзамен

Представляет собой устные ответы на два вопроса из перечня контрольных вопросов к курсу по выбору преподавателя и защиту социального проекта. При проведении промежуточной аттестации:

**21-30 баллов** – ответ на «отлично»

**11-20 баллов** – ответ на «хорошо»

**6-10 баллов** – ответ на «удовлетворительно»

**0-5 баллов** – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 4 семестр обучения по дисциплине «Современные медиасистемы» составляет **100** баллов.

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Современные медиасистемы» в оценку (экзамен):

86-100 баллов	«отлично»
66-85 баллов	«хорошо»
41-65 баллов	«удовлетворительно»
0-40 баллов	«не удовлетворительно»

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) литература:

Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата— М.: Издательство Юрайт, 2010. 254 м. / Гриф УМО ВО. Книга находится в базовой версии ЭБС Znanium

Профессиональная этика журналиста [Электронный ресурс]: учебник Г.В. Лазутина. – 3-Москва: Издательство «Аспект Пресс», 2011. -224 с. – ISBN 9785756706123: Б.ц. ЭБС ИНФРА-М

### б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Google, Yahoo, Яндекс, Rambler, комплекты газет и журналов для типологического анализа.

Российский рынок периодической печати. Состояние. Тенденции и перспективы развития. 2010: Отраслевой доклад. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gipp.ru/opennews.php>

Газеты Мира [http://www.webantenne.com/prensa\\_land\\_select.php?id=30](http://www.webantenne.com/prensa_land_select.php?id=30)

Ино СМИ [http://www.inosmi.ru/magazines/reg\\_northamerica/](http://www.inosmi.ru/magazines/reg_northamerica/)

Онлайн газеты <http://www.pressaru.eu/>

Новостные ресурсы <http://newslink.newsru.com/all?category=news>

China dali <http://pub1.chinadaily.com.cn/cdpdf/cndy/>

Библиотека журналиста <http://journalism.narod.ru/>

Библиотека Гумер [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/Index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php)

Книги и учебники по журналистике <http://evartist.narod.ru/text4/40.htm>

[http://www.knigirossii.ru/?menu=show\\_book&book=1816206](http://www.knigirossii.ru/?menu=show_book&book=1816206)

<http://www.mediaeducation.ru>

[www.media-online.ru](http://www.media-online.ru)

<http://corpress.ru/>

[www.presslab.ru/press/press2.html](http://www.presslab.ru/press/press2.html)

<http://www.mediaplanirovanie.ru>

### Лицензионное программное обеспечение

- ОС Windows
- пакет программ Microsoft Office

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс, подключенный к сети «Интернет» и обеспеченный доступом к электронной информационно-образовательной среде, мультимедийное оборудование, информационные базы данных, учебная, научная, монографическая литература, практическая периодика, оборудованные учебные классы.

В рамках занятий по дисциплине, проводимых в форме практической подготовки, основным местом их организации является учебно-научная лаборатория кафедры социальных коммуникаций «ЛИССА».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор:

доктор социологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой социальных коммуникаций

О.Ю. Голуб

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 30.05.2022 года, протокол №11.