

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Направления подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность: «Журналистика и цифровые медиакоммуникации»

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома

2023

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом ВО 3++ – бакалавриат направления подготовки 42.03.02 «Журналистика», утверждённого МИНОБРНАУКИ России 08.06.2017 г. (приказ № 524, зарегистрирован 29.06.2017 г., регистр. № 47219).

Разработал: Белякова Е.Н. зав. кафедрой МКиТ, к.филол.н., доцент

Рецензент: Сажин С.В. Начальник службы радиовещания
филиала ФГУП ВГТРК ГТРК "Кострома"

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 30.03.2023г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Формирование у обучающихся компетентности разностороннего использования коммуникативных навыков в сфере медиакommunikаций при осуществлении профессиональной деятельности, способности к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества.

Задачи дисциплины:

- формирования системного представления о современных теоретических подходах к изучению медиакommunikаций при демонстрации значимости междисциплинарного знания в области медиаисследований;
- формирование общих представлений об истоках и структуре современных медиакommunikаций;
- уяснение взаимосвязи между понятиями «коммуникация», «аудиовизуальная коммуникация», «массмедиа», «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации» «электронные медиа» и выстраивание их в четкую терминосистему;
- характеристика основных теоретических концепций медиакommunikаций в исторической ретроспективе;
- формирование целостного представления о системе научного знания в области коммуникации;
- выработка навыков использования теории медиакommunikаций в качестве концептуальной основы для анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- выработка практических навыков в моделировании локального медиапроекта; ведения программ (тематических рубрик, информационных лент ПК и пр.), проведение интервью, ток-шоу, пресс-конференций, брифингов и др.;
- профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных воспитательных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить *компетенции*:

ПК-2 – способен к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, умеет работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией.

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИПК 2.1 Формирует контакты, необходимые для создания материала (по заданию редакции или собственной инициативе),

ИПК 2.2 Организует работу съемочной группы (для теле-, радио- и мультимедийного корреспондента)

ИПК 2.3 Осуществляет ведение программы (тематической рубрики, информационных лент ПК), проведение интервью, разносторонне используя коммуникативные навыки

Знать:

- основополагающие категории теории медиакommunikации;
- основные теории массмедиа и существующие подходы к их классификации;
- основные концепции, раскрывающие природу, функции и механизмы влияния медиа на общественное (массовое) сознание;

- мировые тенденции развития медиаотрасли и базовые принципы формирования медиасистем;
- особенности национальных медиамodelей, в том числе специфику функционирования российских СМИ;
- важнейшие инновационные практики в сфере массмедиа;

Уметь:

- приобретать систематические знания из специальной литературы для решения поставленных задач;
- оценивать и сопоставлять различные теории медиакоммуникаций;
- сопоставлять различные медиамodelи с целью охарактеризовать их национальные особенности;
- применять изученные теоретические подходы и модели к анализу медиакоммуникаций в современном обществе;
- разработать локальный авторский медиапроект с учетом важнейших инновационных практик в сфере масс-медиа;
- готовить и вести программы (тематические рубрики, информационные ленты ПК и пр.), интервью, ток-шоу, пресс-конференции, брифинги и др.

Владеть:

- навыками сбора, анализа, использования информации в сфере медиакоммуникаций при осуществлении профессиональной деятельности;
- навыками применения знаний теорий медиакоммуникации в научных и общественных дискуссиях, затрагивающих роль медиа в современном обществе;
- технологиями разработки локального авторского медиапроекта;
- навыками организации различных локальных авторских медиапроектов и навыками участия в них в качестве автора-ведущего.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к блоку Б1. в части, формируемой участниками образовательных отношений направления подготовки 42.03.02 «Журналистика». Изучается в 4-м семестре. Изучение предмета «Основы медиакоммуникаций» частично основывается на ранее освоенных дисциплинах: «Современный русский язык и культура речи»; также на предметах: «Деловые коммуникации», «Философия», «Системный подход и критическое мышление», «Основы теории и практики журналистской деятельности. Система СМИ», «Телевидение в системе СМИ», «Радио в системе СМИ», «Техника речи ведущего медиапрограмм» и др.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин / практик: для изучения дисциплин «Интернет и СМИ: язык новых медиа», «Технология интервью», «Язык и стиль рекламы в современных медиа» и др., для прохождения различных видов практик, для подготовки к государственной итоговой аттестации.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3
Общая трудоемкость в часах	72

Аудиторные занятия в часах, в том числе:	28
Лекции	14
Практические занятия	
Лабораторные занятия	14
Самостоятельная работа в часах	43,75
Форма промежуточной аттестации	Зачёт: 0,25

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Лекции	14
Практические занятия	
Лабораторные занятий	14
Консультации	-
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	-
Курсовые работы	-
Курсовые проекты	
Всего	28,25

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины (очно-заочная форма обучения)

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	Введение в теорию медиакоммуникаций	14	2	2		6
2.	История развития массовой коммуникации.	12	2			6
3.	Основные теории медиакоммуникаций.	16	2	4		6
4.	Техническое развитие медиакоммуникаций.	14	2			6
5.	Медиа – общество – человек.	18	2	4		6
6.	Речевая деятельность как творчество.	17,75	2	2		7,75
7.	Роль языковой личности в процессе медиакоммуникации.	16	2	2		6

	Зачёт	0,25		0,25		
	Итого:	3/108	14	14,25		43,75

5.2. Содержание:

Тема 1. Введение в теорию медиакommunikаций. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в социальной сфере. Понятие общения. Роль коммуникации в информационном обществе. Способы коммуникация в первобытных и древних обществах. Становление и развитие письменности: от пиктограммы до алфавита.

Тема 2. История развития массовой коммуникации. Зарождение массовой коммуникации в античности и техническое развитие медиакommunikации. Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакommunikаций

Тема 3. Основные теории медиакommunikаций.

Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа. Психологические теории медиавоздействия. Культурно-критические теории медиа. Речевые стратегии в медиа. Интерпретативные теории медиа. Теории информационного общества и глобализации. Структурный функционализм и системный анализ медиа. Специальные теории медиа.

Тема 4. Техническое развитие медиакommunikаций.

Зарождение массовой коммуникации и техническое развитие медиакommunikации. Механизмы медиакommunikации: от жеста до письменности. Печатная периодика, массовое радиовещание, телевидение и интернет как этапы развития медиакommunikаций. Особенности интернет-дискурса на примере блогов. Особенности интернет-дискурса на примере чатов. Особенности интернет-дискурса на примере форумов. Виды контента в социальных сетях.

Тема 5. Медиа – общество – человек.

Психологические основы коммуникативного воздействия. Коммуникативные модели медиакommunikации. Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность. Способы коммуникативного воздействия. Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты. Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе

Тема 6. Речевая деятельность как творчество. Языковая игра в речевой деятельности. Языковая личность и речевая субкультура. Языковая личность и речевые жанры. Межличностное общения. Статусно-ролевая структура межличностного общения. Социальная роль. Социальная позиция. Трансакционный анализ ролевого общения. Коммуникативный конфликт. Типы речевых стратегий конфликтного поведения. Кооперативный тип речевого поведения.

Тема 7. Роль языковой личности в процессе медиакommunikации.

Коммуникативные, социальные и психологические роли языковой личности. Говорящий и слушающий как языковая личность. Коммуникативные, социальные, социально-психологические роли общающихся. Комплекс статусных и ролевых признаков говорящего.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

(для очно-зочной формы обучения)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
-------	--------------------------	---------	------	---	----------------

1.	Введение в теорию медиакоммуникаций.	Подготовить электронную презентацию по вопросам темы, выступить с презентацией на занятии.	6	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Проверка презентаций, оценивание выступающих с презентациями на лабораторном занятии.
2.	История развития массовой коммуникации.	Подготовить собственную справку об истории развития масс-медиа для представления в качестве обзорной аналитической статьи в СМИ; подготовить аналитическую записку, мотивирующую необходимость публикации, с целью подачи его потенциальному редактору СМИ.	6	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Опрос, проверка письменных заданий самостоятельной работы, обсуждение в группе.
3.	Основные теории медиакоммуникаций	Расскажите об основных теориях медиакоммуникации. Создайте электронную презентацию на тему занятия: Подготовьте материалы для использования их в ток-шоу «Дебаты» на тему: «Теории медиакоммуникации»:	6	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Устный опрос на занятии, представление и проверка презентаций, рассмотрение материалов к ток-шоу.
4.	Техническое развитие медиакоммуникаций	Подготовьтесь к коллоквиуму! Список понятий, терминов и выражений для теоретического коллоквиума: Аделиб Атрибуция Аудитория Баннер (banner) Белый шум Бестселлер Брифинг Верификация Видеоньюсрелизы Гипертекст Дезинформация Дезориентация Деидеологизация Демагогия Деонтология Диффамация Желтая прессаЗаголовок (хэдлайн)Избирательные технологии ИнсайдерИнформационный краудсорсинг КадропланКомпиляция КонтентКонсалтинг (consulting) Контент-анализКонтрпропаганда КонтррекламаКопипастКопирайт (copyright, ©) Корректурные знаки КосмополитизмЛиберализмЛид (мотто) ЛоббированиеМакрейкиеры	6	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Проведение теоретического коллоквиума.

		(разгребатели грязи) Манипулирование Маркетинг Массмедиа Медиатическая ловушка Менеджмент Ментальность Мониторинг Мотивация Новость Оригинал-макет Паблсити Патернализм Пилотный номер Плагиат Полоса Прайм-тайм Пресс-релиз Провайдер Рейтинг Слоган Софизм Спичрайтер Стереотип Суррогат-спикер Тезаурус Тенденциозность Теория «постановки повестки дня» Теория зависимости Ток-шоу Харизма Эхо-фраза			
5.	Медиа – общество – человек.	Подготовьтесь публичное выступление с электронной презентацией по вопросам занятия. Подготовьтесь к деловой игре «Мозговой штурм». Вопросы для мозгового штурма: Проблема защиты авторского права в Российской Федерации Отличия правового регулирования электронных СМИ от печатных	6	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Проверка презентаций. Учебное разыгрывание мозгового штурма. Самоанализ деятельности студентов на деловой игре.
6.	Речевая деятельность как творчество.	Выполнение упражнения (тестовых заданий), совершенствующих речь будущих журналистов, позволяющих осознать несомненную важность владения журналистом речью - основным творческим инструментом их профессиональной деятельности.	7,7 5	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Опрос, решение тестовых заданий, учебное создание, редактирование различных речевых произведений СМИ.
7.	Роль языковой личности в процессе медиакommunikации.	Подготовьте публичную заявку своего Локального медиапроекта, ориентированного на региональную тематику. Региональная журналистика – это значимо и важно, так как можно найти локальные темы, которые будут интересны не только, к примеру, жителям Краснодар, но и в России, а также за рубежом. Локальный медиапроект может быть запланирован в любом типе медиакommunikаций, т.е. в качестве площадки для реализации проекта могут	6	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем, Интернет-источники.	Опрос, проверка заявок, публичная защита проекта на занятии.

		<p>быть задействованы печатные СМИ, радио, телевидение, интернет.</p> <p>Что касается содержательной стороны проекта, то здесь приветствуется студенческая инициатива, и проект может быть в какой угодно форме – от детского радио до новостного городского паблика.</p> <p>На семинаре будет проведен конкурс авторских локальных проектов, и три лучших проекта получают возможность реализации на площадке агентства медийного продвижения «Вектор».</p> <p>Правила оформления авторского локального медиапроекта Проект должен занимать 2–3 страницы текста.</p> <p>Требования к оформлению печатного текста: шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14 кегль, межстрочный интервал – 1,5; поля: слева – 30 мм, справа – 15 мм, сверху и снизу – 20 мм; отступ первой строки абзаца – 1,25, сноски – постраничные; обязательна нумерация страниц.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Титульный лист (название компании, дата запуска пилотного экземпляра, планы на ближайший год). 2. Компания (название, местоположение, форма собственности, юридическая форма хозяйствования, сущность бизнеса). 3. Целевая аудитория. 4. Концепция и миссия компании (цели деятельности). 5. Стадии развития проекта (начало дела; в случае продолжения бизнеса дается информация об образовании фирмы). <p>Рассказ о проекте должен сопровождаться презентацией объемом от 10 до 15 слайдов.</p>		
--	--	--	--	--

Итого:			43, 75		
---------------	--	--	-------------------	--	--

6.2. Тематика и задания для практических занятий

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1. Введение в теорию медиакommunikаций.

Цель лабораторного занятия: освоение теоретических знаний по значению медиа коммуникаций в эффективной работе современных СМИ, закрепление на практике особенностей и различий видов коммуникаций и коммуникационных каналов.

Вопросы для обсуждения:

1. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в социальной сфере. 2. Понятие общения. 3. Роль коммуникации в информационном обществе. 4. Способы коммуникация в первобытных и древних обществах. 5. Становление и развитие письменности: от пиктограммы до алфавита.

Задание 1. Представьте электронную презентацию, освещающую вопросы темы лабораторного занятия, таким образом, чтоб материал и форма подачи информации способствовали организации интерактивное общения с аудиторией учебной группы.

Задание 2. Подготовьте тезисный план устного сообщения на тему: «Влияние типа письменности на менталитет».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2. Основные теории медиакommunikаций.

Цель лабораторного занятия: Освоить основные теории медиакommunikации, на их базе разработать локальный медиапроект.

Вопросы для обсуждения: 1. Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа. 2. Психологические теории медиавоздействия. 3. Культурно-критические теории медиа. 4. Интерпретативные теории медиа. 5. Теории информационного общества и глобализации. 6. Структурный функционализм и системный анализ медиа. 7. Специальные теории медиа.

Задание 1. Подготовьтесь к ролевой игре «Индивидуальная медиакарта и опыт создания концепции СМИ» и проведите её.

Цели данной ролевой игры – научить студентов составлять медиакарты и формулировать (корректировать) концепцию СМИ.

Для достижения этих целей студенты перед семинарским занятием должны выполнить следующие задания:

(1) выучить значение терминов и терминологических выражений: медиакарта, концепция, миссия, стратегия, продвижение СМИ;

(2) письменно подготовить проект опроса целевой аудитории, который должен содержать от 10 до 15 вопросов;

(3) письменно составить перечень отраслевых и узкопрофильных изданий, передач на радио и телевидении, наиболее интересных для адвокатской конторы и клиники пластической хирургии.

Оба письменных задания выполняются в двух экземплярах, один из которых в начале занятия сдается преподавателю, а второй остается на руках у студента, так как понадобится во время ролевой игры.

План проведения игры

1. В начале занятия преподаватель, учитывая студенческие предпочтения, делит группу на две равные части. Одна подгруппа играет роль прессы; другая – представителей адвокатской конторы «Фемида».

2. Используя заготовленные дома опросники, которые корректируются в ходе занятия-игры, «пресса» задает «адвокатам» из конторы «Фемида» вопросы. Опрос должен продолжаться не более 15 минут.

3. Затем представители «адвокатов» и «прессы» в своих подгруппах в течение 15 минут должны составить четыре документа: (1) итоговый вариант опросника целевой аудитории, (2) характеристику портрета целевой аудитории, (3) медиакарту для адвокатской конторы «Фемида», (4) собственный вариант СМИ с описанием его концепции.

4. Данные документы выносятся на всеобщее обсуждение, причем концепция «нового» СМИ подвергается групповой корректировке; коллегиально выбирается лучший вариант «нового» СМИ и медиакарты.

5. Игра «перезагружается». Теперь «адвокаты» играют роль прессы, а «пресса» – роль сотрудников клиники пластической хирургии «Афродита».

6. Используя заготовленные дома опросники, которые корректируются в ходе занятия-игры, пресса задает сотрудниками из «Афродиты» вопросы. Опрос должен продолжаться не более 15 минут.

7. Представители «Афродиты» и «прессы» в своих подгруппах в течение 15 минут должны составить четыре документа: (1) итоговый вариант опросника целевой аудитории, (2) характеристику портрета целевой аудитории, (3) медиакарту для клиники пластической хирургии «Афродита», (4) собственный вариант СМИ с описанием его концепции.

Данные документы выносятся на всеобщее обсуждение, причем концепция «нового» СМИ подвергается групповой корректировке; коллегиально выбирается лучший вариант «нового» СМИ и медиакарты.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3. Медиа – общество – человек.

Цель лабораторного занятия: осознать взаимосвязь человека, общества и средств массовой коммуникации.

Вопросы для обсуждения: 1. Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность. 2. Медиакоммуникационные модели социализации и инкультурации личности. 3. Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты. 4. Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе.

Задание 1. Круглый стол «Медиакоммуникационные модели социализации и инкультурации личности»

ЗАДАНИЕ

План проведения круглого стола:

Выступление 5 докладчиков (время выступления – от 10 до 15 мин.); тексты докладов сдаются преподавателю после выступления.

Прения по содержанию всех докладов (максимальное время – 15 мин.).

Выступление докладчика сопровождается краткой презентацией основных положений сообщения. Доклад должен быть представлен в печатном виде, так как после сообщения он сдается преподавателю.

Список тем для научных докладов

1. Классификация медиаэффектов.
2. Технологии манипуляции сознанием в СМК.
3. Медиаагенты, модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.
4. Роль телевидения и интернета в социализации личности.

5. Роль массмедиа в формировании моделей социального поведения.
6. Влияние массмедиа на способы самоидентификации и самовыражения молодого поколения.
7. Медиакомпетентность как вид культурной компетентности и способы ее формирования.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4. Речевая деятельность как творчество. Роль языковой личности в процессе коммуникации.

Вопросы для обсуждения:

1. Коммуникативные, социальные и психологические роли языковой личности. 2. Говорящий и слушающий как языковая личность. Коммуникативные, социальные, социально-психологические роли общающихся. 3. Комплекс статусных и ролевых признаков говорящего. 4. Языковая игра в речевой деятельности. 5. Языковая личность и речевая субкультура. Языковая личность и речевые жанры. 6. Межличностное общения. Статусно-ролевая структура межличностного общения. 7. Социальная роль. Социальная позиция. 8. Транзакционный анализ ролевого общения. Коммуникативный конфликт. 9. Типы речевых стратегий конфликтного поведения. Кооперативный тип речевого поведения.

Задание 1. Подготовьте и проведите программу ток-шоу в жанре дискуссии на тему «Современные виды массово-коммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты»

Дискуссия ведется по материалам подготовленных докладов, сопровождающихся презентацией их основных тезисов.

Всего в процессе семинарского занятия будет заслушано пять сообщений, одно из которых носит информативный характер, а все последующие – дискуссионный.

Докладчики на данные сообщения за две недели до семинарского занятия назначаются преподавателем, исходя из личных пожеланий студентов. Остальная часть студенческой аудитории готовится к семинарскому занятию, изучая материалы по ключевым проблемам дискуссии. Интерактивная методика занятия проявляется также в том, что подбор и селекцию данных материалов должны осуществить сами студенты. В конце практического занятия педагог попросит предъявить списки использованной студентами литературы.

План проведения дискуссии

1. Информационный доклад на тему: «Виды массово-коммуникативной деятельности».

2. Дискуссионный доклад на тему: «Современное состояние и будущее печатных средств массовой информации».

Вопросы для дискуссии:

- В чем причина невысокого рейтинга печатных СМИ среди современных массмедиа?
- Печатные СМИ – аутсайдер современных СМИ?
- Сохранят ли печатные СМИ свою жизнеспособность и как долго это продлится?
- На настоящий момент что более актуально: массовая («универсальная») газета (журнал) или узкоспециальные издания?
- Необходима ли разработка ниши «бесплатных» журналов?

3. Дискуссионный доклад на тему: «PR в современном мире».

Вопросы для дискуссии:

- Моделирование имиджа компании (публичного человека) – главная цель современных связей с общественностью?
- PR-специалист – «главный герой» мультимедийных технологий и интерактивных СМИ?
- Каков прогноз рейтинга PR в российском постиндустриальном «обществе потребления»?

4. Дискуссионный доклад на тему: «Интернет как высоко технологичная инфокоммуникационная среда».

Вопросы для дискуссии:

- Какова конкурентоспособность в индустрии информации современных интернет-изданий?
- Интернет-СМИ вытеснят традиционные СМИ?
- Блогосфера – это суррогат, симулякр или будущее журналистики?

5. Дискуссионный доклад на тему: «Реклама – королева массовой коммуникации».

Вопросы для дискуссии:

- Реклама – это коммуникация кодами «стереотипов» и социокультурных мифологем?
 - Каковы социальные и половозрастные стереотипы в рекламе.
 - Информирование, убеждение, побуждение, внушение – какой вид рекламного психологического воздействия является основным?
- Каковы истоки «королевского положения» рекламы в современных средствах массовой коммуникации?

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Учебным планом не предусмотрены.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Учебным планом не предусмотрены.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная:

1. 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 : Директ-Медиа, 2019. - 438 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4499-0065-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> (

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 486 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01185-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107>

3. Набокова, Л.С. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Л.С. Набокова, Е.А. Ноздренко, И.А. Набоков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : СФУ, 2016. - 242 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7638-3413-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497361>

4. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов / А.А. Казаков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 126 с. : табл., граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9922-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856>

5. Кузнецов, И.Н. Бизнес-риторика / И.Н. Кузнецов. - 4-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 407 с. : ил. - Библиогр.: с. 343 – 351 - ISBN 978-5-394-02146-6; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495783>

б) дополнительная:

1. Теория и практика речевой коммуникации : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «СевероКавказский федеральный университет» ; авт.-сост. Е.Н. Красикова, А.С. Калашова. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 118 с. : ил. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45929>
2. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов / Е.Н. Сердобинцева. - Москва : Флинта, 2010. - 81 с. - ISBN 978-5-9765-0910- 8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>
3. Стацевич, Е. Манипуляции в деловых переговорах: практика противодействия / Е. Стацевич, К. Гуленков, И. Сорокина ; науч. ред. П. Паршин. – 3-е изд., доп. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 150 с. – ISBN 978-5-9614-4703-3 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279700\(14.05.2019\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279700(14.05.2019)).
4. Емельянова, Е.А. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.А. Емельянова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). – Томск : Эль Контент, 2014. - 122 с. : табл., ил. – Библиогр.: с. 100-103 – ISBN 978-5-4332-0185-9; То же [Электронный ресурс]. – URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463\(14.05.2019\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463(14.05.2019)).

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия проводятся в аудиториях с требуемым числом посадочных мест, оборудованные мультимедиа.

Практические занятия проводятся в компьютерных классах либо в аудиториях, оборудованных мультимедиа, в том числе микрофоном с усилением.

Необходимое программное обеспечение – офисный пакет.