Подписано и утверждено в СЭД 15.12.2021ИД задачи 2469854

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«___» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1157268	Основы теории и практики массовых коммуникаций

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Реклама и связи с общественностью	**Код ОП** 1. 42.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	**Код направления и уровня подготовки** 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Павлович Олег Вячеславович	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
2	Руденкин Дмитрий Васильевич	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
3	Якимова Ольга Александровна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Основы теории и практики массовых коммуникаций

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Основы теории и практики массовой коммуникации» направлен на изучение устройства общества, его структуры, совокупности социальных групп и социальных институтов, сущности социальных процессов, понимании психологических аспектов коммуникационной деятельности. Дисциплина «Основы журналистики» знакомит студентом с массовыми коммуникациями через рассмотрение исторической динамики развития журналистики, современных организационных основ деятельности и типологии и системы СМИ взаимоотношений с системой власти, гражданским обществом. Одной из основных целей дисциплины «Управление общественным мнением» является формирование у студентов способности использования основных методов и механизмов по формированию и поддержанию общественного мнения в современном мире. «Теория массовых коммуникаций» позволит студентам изучить коммуникативные каналы и формы коммуникации в современном социуме, освоить методы изучения этой деятельности и сформировать системный комплекс знаний по данному направлению обучения в связке с другими дисциплинами модуля.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Основы журналистики	3
2	Управление общественным мнением	3
3	Теория массовых коммуникаций	3
	ИТОГО по модулю:	9

1.3.Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)

1	2	3
Основы журналистики	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации
	ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного , межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач	З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия
	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует	З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры

	открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат
	ПК-2 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	З-1 - Информационная специализация СМИ З-2 - Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии З-3 - Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации У-1 - Находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации У-2 - Планировать освещение значимых событий У-3 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте У-4 - Анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле У-5 - Анализировать социально значимые процессы и явления П-1 - Определение темы и основного содержания нового продукта и новостного блока
	ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	З-1 - Основные принципы и технологии управления проектами З-2 - Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента З-3 - Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии

		У-1 - Планировать освещение значимых событий У-2 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте П-1 - Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации
Теория массовых коммуникаций	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации
	ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры	З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения, умение эффективно работать в команде, лидерские качества
	ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного	З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного

	, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач	взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия
	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат
Управление общественным мнением	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для

		своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации
	ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры	З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения, умение эффективно работать в команде, лидерские качества
	ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного , межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач	З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к

		выстраиванию партнерского взаимодействия
	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат
	ПК-3 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	З-1 - Технологии управления общественным мнением У-1 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты П-1 - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
	ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	З-3 - Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии У-3 - Работать с большими объемами информации У-4 - Анализировать социально значимые процессы и явления У-5 - Анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле У-6 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты

		П-2 - Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках П-3 - Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации с позиции принципов доверия и корпоративной ответственности

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Основы журналистики

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Павлович Олег Вячеславович	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № _13_ от _11.06.2021_ г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Павлович Олег Вячеславович, Преподаватель, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга**

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*
Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р1	Роль и место журналистики в общественных процессах современного коммуникационного общества	Исторический опыт развития журналистики. Понятие «массовая информация». Понятие «специальная информация». Событийная, комментированная, фундаментальная, художественная и публицистическая информации. Информированность аудитории. Понятие функций применительно к журналистике. Общая характеристика функций журналистики. Идеологическая функция. Информационная функция. Культурно-просветительская функция. Интегративная функция. Социально-педагогическая функция. Рекламно-справочная функция. Рекреативная функция. Организаторская функция. Функция общения. Система взаимодействия функций в журналистике. Типология СМИ. Критерии типологизации. Типы СМИ, определяемые аудиторными характеристиками, регионом распространения. Типологический анализ СМИ. Массовая и качественная пресса. Подсистемы СМИ. Инфраструктура СМИ. Аудитория СМИ, формы и методы её изучения. Медиа-политика государства: цели и задачи. Свобода слова и массовой информации, её обеспечение государством. Журналистика как «четвёртая власть». Журналистика гражданского общества. Журналистика и медиа-порядок порядок в демократическом, гуманистически ориентированном

		обществе. Социальные типы демократической журналистики. Государственная политика в области СМИ. Законодательство о СМИ. Порядок учреждения СМИ. Учредители и издатели. Саморегуляция профессиональной журналистской деятельности. Общественные организации журналистов. Профессиональная этика журналиста.
Р2	Организационные, правовые и экономические основы деятельности СМИ	Специфика отечественного и зарубежного медиа-бизнеса. СМИ как субъект и объект рыночной экономики. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Концентрация и монополизация рынка СМИ. Законодательное регулирование хозяйственной деятельности в области СМИ. Сущность и природа собственности СМИ: виды организационно-правовой собственности СМИ. Сферы предпринимательской активности в практике российских СМИ. Проблемы коммерциализации СМИ, социальная ответственность СМИ в контексте прибыли и экономической активности. Организационная структура редакции СМИ. Функциональные обязанности сотрудников редакции СМИ. Производительность труда в СМИ: её измерение, исчисление, показатели. Системы оплаты труда и стимулирования трудовой активности в практике российских и зарубежных СМИ. Специфика профессиональной деятельности журналиста. Профессионально-творческие, морально-этические и психологические качества современного журналиста.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	З-1 - Основные принципы и технологии управления проектами

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы журналистики

Электронные ресурсы (издания)

1. Коханова, Л. А.; Основы теории журналистики : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692 (Электронное издание)

2. Чемякин, Ю. В.; Основы теории и истории журналистики : учебное пособие.; ФЛИНТА|УрФУ, Москва; 2018; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482107 (Электронное издание)

3. Прохоров, Е. П.; Введение в теорию журналистики : учебник.; Аспект Пресс, Москва; 2011; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104059 (Электронное издание)

4. Кузнецов, И. В.; История отечественной журналистики (1917-2000) : учебное пособие.; Флинта, Москва; 2018; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364244 (Электронное издание)

5. Распопова, С. С.; Основы журналистской деятельности : учебник для бакалавров.; Аспект Пресс, Москва; 2018; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495979 (Электронное издание)

6. , Бережная, М. А.; Телевизионный журналист: основы творческой деятельности : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2017; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458390 (Электронное издание)

Печатные издания

1. Коновалова, О. В.; Основы журналистики : учеб. пособие по соврем. практ. журналистике.; МарТ, Москва ; Ростов-на-Дону; 2005 (18 экз.)

2. Корконосенко, С. Г.; Основы журналистики : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Журналистика".; Аспект Пресс, Москва; 2006 (31 экз.)

3. Коновалова, О. В.; Основы журналистики : учеб. пособие по современной практической журналистике.; МарТ, Москва; 2005 (3 экз.)

4. Корконосенко, С. Г.; Основы журналистики : [учебник для студентов вузов по направлению и специальности "Журналистика"].; Аспект Пресс, Москва; 2009 (17 экз.)

5. Прохоров, Е. П.; Введение в теорию журналистики : Учеб. пособие.; РИП-холдинг, Москва; 2002 (10 экз.)

6. Прохоров, Е. П.; Введение в теорию журналистики : Учебное пособие.; Изд-во МГУ, Москва; 1995 (2 экз.)

7. Прохоров, Е. П.; Введение в теорию журналистики : Учебник для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика".; Аспект Пресс, Москва; 2003 (3 экз.)

8. Прохоров, Е. П.; Введение в теорию журналистики : Учеб. пособие.; РИП-холдинг, Москва; 2001 (4 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science - https://apps.webofknowledge.com/

2. Международная база цитирований Scopus - https://www.scopus.com/

3. Электронный научный архив УрФУ - http://elar.urfu.ru/

4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ http://www.rsl.ru/

5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - http://www.nlr.ru/

6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/;

Библиокомплектатор: http://www.bibliocomplectator.ru/available;

Научная электронная библиотека http://elibrary.ru;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» http://www.biblioclub.ru/;

зональная научная библиотека (УрФУ) - http://lib2.urfu.ru/

электронная библиотека MYBRARY - http://mybrary.ru/

справочно-библиографическая система - http://search.ebscohost.com/

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы журналистики

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		Подключение к сети Интернет	
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Управление общественным мнением

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Руденкин Дмитрий Васильевич	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № _13_ от _11.06.2021_ г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Руденкин Дмитрий Васильевич, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга**

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*
Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Т1	Генезис и эволюция понятия «общественное мнение». История исследований феномена общественного мнения	Осмысление феномена общественного мнения в социальной философии Древней Греции и Рима. Общественное мнение в трудах европейских мыслителей Нового Времени. Период «онаучивания» термина «общественное мнение» (XVII- XIX вв.). Общественное мнение как предмет государственно-правовой науки (Ф. Гольцендорф, Д. Брайс). Общественное мнение как фактор нравственного, воспитательного и политического процес-са (А. де Токвиль, В.М. Хвостов, М.М. Ковалевский и др.). Основные аспекты анализа общественного мнения в классической социологии (О. Конт, М. Вебер, Э. Дюркгейм, П. Сорокин Т. Парсонс и др.). Психологическое направление в разработке со-циологической теории общественного мнения (Г. Тард, Г. Лебон, В.Ф. Теннис, Дж. Кули, Ч. Кули и др.). Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения (В. Липпман, К. Юнг, И. Фишман). Антропологический подход к феномену общественного мнения (М. Мид). Влияние взглядов Г. Оллпорта, С. Осгуда, Е. Богардуса, В. Беннета на институционализацию общественного мнения. Модернистские и постмодернистские теории формирования и функционирования общественного мнения.
Т2	Теоретические основы изучения общественного мнения	Субъекты и объекты общественного мнения. Структура, функции и формы общественного мнения.

		Общественное мнение как социально-политическое явление. Общественность как субъект общественного мнения. Индивид как носитель и субъект общественного мнения. Критерии выделения объекта ОМ. Типология объектов ОМ. Проблема соотношения субъекта и объекта ОМ. Структура общественного мнения. Уровни функционирования и масштабы распространения общественного мнения как социально-политического явления. Классификация функций общественного мнения по объекту функционирования, критерию направленности и характеру влияния на социальную систему. Институциональные и неинституциональные функции ОМ. Явные, латентные функции и дисфункции общественного мнения. Статика и динамика общественного мнения. Консервативные и новаторские тенденции в ОМ. Основные закономерности динамики ОМ.
Т3	Общественное мнение как социально-политическое явление	Общественность и социальная стратификация. Проблема идентификации общественного мнения. Категории «Общественное мнение», «общественное сознание» и «массовое сознание»: взаимосвязь и различия. Социальные институты и ОМ. ОМ и социализация. ОМ как инструмент формирования политической реальности и средство политической манипуляции. Общественное мнение как активно действующий субъект социально-политического управления.
Т4	Основные методы изучения общественного мнения	Поиск операционального определения общественного мнения. Проблемы методической обоснованности и верификации в эмпирических исследованиях ОМ. Необходимость применения синтетического подхода. Построение формализованных теоретических и практических моделей общественного мнения в рамках деятельностного подхода. Целерациональная, актуальная и аккумулятивная модели социального поведения и деятельности в объяснительных моделях деятельностного подхода. Возможности и перспективы применения деятельностного подхода в изучении общественного мнения. Прикладные социологические методы изучения ОМ: наблюдение, анализ документов (контент-анализ), фокус-группа, опросные методы. Изучение общественного на уровне оперативного сознания населения (рейтинги, зондажи и т.д.). Фиксирование устойчивых структур массового сознания (изучение менталитета, национального характера и т.д.). Комплексное социально-политическое моделирование: социальный эксперимент, контент-анализ, дискурс- анализ, интент-анализ. Социокультурные различия и научные традиции изучения общественного мнения в России и других странах.
Т5	Методы и механизмы влияния на общественное мнение	Универсальные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп: убеждение, внушение, подражание, заражение, сотрудничество, принуждение, манипулирование. Психологические аспекты влияния на ОМ. Логика и теория аргументации, риторика и основы ораторского искусства,

		формирование стереотипов и управление ими как инструменты влияния на общественное мнение. «Лидеры общественного мнения» и «группы интересов». Формы манипулирования общественным мнением: утаивание информации, смещение акцентов, искажение информации.
Т6	СМК и общественное мнение	Понятие массовой коммуникации. Функции и роль массовой коммуникации. Специфика языка массовой коммуникации. Основные современные каналы массовой коммуникации и основные посредники массового влияния на индивидуальное и общественное мнение. Различные модели массовой коммуникации и оценки ее эффективности в современном обществе. Барьеры массовой коммуникации. Общественное мнение, массовое поведение и массовая коммуникация. Место и роль СМИ в формировании общественного мнения. Общественное мнение как продукт СМК и главный критерий их эффективности. Средства массовой информации, власть и гражданское общество: проблемы взаимовлияния и взаимосогласования. СМК в Мире и современной России.
Т7	Коммуникационные технологии и общественное мнение	ОМ как ключевой фактор формирования технологий PR, рекламы и маркетинга. Специфика PR и рекламных технологий в рамках различных социальных структур (государственные структуры, политические организации, бизнес, некоммерческие организации). Специфика взаимодействия с ОМ каждой из перечисленных структур.
Т8	Общественное мнение в современной России	Сегментация ОМ в России. Основные факторы, социальные структуры и механизмы, формирующие ОМ в России. Специфические для России стереотипы ОМ и их роль в социально-политической ситуации в стране. Специфические для России формы выражения ОМ и их роль в социально-политической ситуации в стране. Актуальные тенденции эволюции ОМ в России.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	У-4 - Анализировать социально значимые процессы и явления

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление общественным мнением

Электронные ресурсы (издания)

1. ; Технологии управления общественным мнением : учебное пособие.; Инфра-Инженерия, Москва|Вологда; 2019; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564679 (Электронное издание)

2. Лопырева, Л. Д.; Общественное мнение как фактор обратной связи в системе местного самоуправления : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2010; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87521 (Электронное издание)

Печатные издания

1. Федотова, Л. В.; Социология массовой коммуникации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью".; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2004 (9 экз.)

2. Федотова, Л. Н.; Социология массовой коммуникации : Учебник для вузов.; Питер, Санкт-Петербург; 2003 (47 экз.)

3. Федотова, Л. Н.; Паблик рилейшнз и общественное мнение : [Учебное пособие].; Питер, Санкт-Петербург; 2003 (44 экз.)

4. Кривоносов, А. Д.; Основы теории связей с общественностью : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2012 (17 экз.)

5. Кривоносов, А. Д.; Основы теории связей с общественностью : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2011 (8 экз.)

6. Кривоносов, А. Д., Филатова, О. Г., Шишкина, М. А.; Основы теории связей с общественностью : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью".; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2010 (2 экз.)

7. Франц, В. А.; Управление общественным мнением : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"].; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2016 (20 экз.)

8. Шарков, Ф. И.; Интегрированные PR-коммуникации (связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций); РИП-холдинг, Москва; 2004 (31 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science - https://apps.webofknowledge.com/

2. Международная база цитирований Scopus - https://www.scopus.com/

3. Электронный научный архив УрФУ - http://elar.urfu.ru/

4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ http://www.rsl.ru/

5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - http://www.nlr.ru/

6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library

7. Герасимов, В. М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения / В. М. Герасимов, К. А. Иваненко. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 218 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/31701.html (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

8. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие / В. А. Франц. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 136 c. — ISBN 978-5-7996-1750-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/66606.html (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

9. Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам / Румин Ислам, Андро Пьер-Ив, ДеллаВинье Стефано [и др.] ; под редакцией Ислам Румин ; перевод Т. Гутман. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 296 c. — ISBN 978-5-9614-1096-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/82864.html (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

10. Методика изучения общественного мнения : курс лекций / составители В. А. Месяц. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 64 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102931.html (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

11. Черкасова, В. П. Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: телевидение и Интернет / В. П. Черкасова. – Москва : Весь Мир, 2019. – 154 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574059 (дата обращения: 03.06.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7777-0761-1. – Текст : электронный.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/;

Библиокомплектатор: http://www.bibliocomplectator.ru/available;

Научная электронная библиотека http://elibrary.ru;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» http://www.biblioclub.ru/;

зональная научная библиотека (УрФУ) - http://lib2.urfu.ru/

электронная библиотека MYBRARY - http://mybrary.ru/

справочно-библиографическая система - http://search.ebscohost.com/

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление общественным мнением

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Теория массовых коммуникаций

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Якимова Ольга Александровна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № _13_ от _11.06.2021_ г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Якимова Ольга Александровна, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга**

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*
Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р1	Основы теории коммуникации	Понятие коммуникации. Законы коммуникации. Функции теории коммуникации. Коммуникация и общение. Этапы развития теории коммуникации от Античности до наших дней. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Модели коммуникации. Структурные компоненты коммуникации. Коммуникативные барьеры. Теория символического интеракционизма. Социальный конструктивизм. Коммуникативная сущность ритуала. Нарратив. Семиотическая модель коммуникации. Дискурс, Дискурс-анализ. Институциональный дискурс. Массовая коммуникация. Теория Маклюэна. Критическая традиция анализа коммуникации (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Ч. Р. Миллс). История массовой коммуникации в зеркале рекламы. Кино как канал СМК. ТВ как канал массовой коммуникации. Эффекты массмедиа. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (Л. Альтюссер, А. Грамши). Концепция пропаганды.

		Особенности движения информации в СМИ. Аудитория СМИ и основные подходы к ее изучению. Глобальные коммуникационные процессы и Интернет: особенности функционирования и технологии информационного воздействия. Вербальная и невербальная коммуникация. Визуализация коммуникации. Фотография как вид коммуникации. Слухи как канал массовой коммуникации и особенности их использования. Коммуникации в организации. Концепция К.Гирца и М.Пакановски. Теория С.Дитца. Коммуникативная культура личности и организации.
Р2	Социология массовых коммуникаций	Социологические теории массовых коммуникаций. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации. Социокультурная традиция анализа массовой коммуникации. Социологические исследования массовых коммуникаций. Опросные методы. Методы анализа документов. Качественные методы исследований. Коммуникатор и социологические способы его изучения Содержание информации и методика его анализа. Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков. Аналитическое обеспечение информационной политики публичных субъектов. Структура информационной политики. Уровни принятия решений. Основные объекты анализа в рамках социологии массовых коммуникаций. Аналитическое обеспечение рекламных кампаний. Аналитическое обеспечение ПР-кампаний.
Р3	Психология массовых коммуникаций	Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии; структура личности как база восприятия информации; типология аудитории, сегментация аудитории. Массовая коммуникация и психология информационного воздействия. Специфика предметного поля. Психологические механизмы воздействия на массовое сознание. Подходы к определению. Признаки массового

		сознания. Структура и виды элементов. Взаимосвязь между элементами. Содержание массового сознания. Специфика возникновения. Место массового сознания в структуре личности. Психологические исследования массовой коммуникации: имидж коммуникатора, психографика; психологические аспекты изучения аудитории. Подходы к определению. Западные и российские подходы к изучению общественного мнения. Структура и виды. Носители общественного мнения. Возможности формирования общественного мнения. Характеристики стереотипа. Структура (когнитивный и инструментальный компоненты). Формирование и разрушение стереотипов. Стереотипизация. Соотношения понятий «имидж» и «стереотип». Подходы к исследованию социальных установок (Л. Ланге, Г. Мюллер, Т. Штуман, Д. Узнадзе). Структура установки. Характеристики установок. Условия возникновения установки. Разновидности состояния установки. Индивидуальные типы установок. Социальная установка. Условия, влияющие на протекание процессов изменения установок. Взаимосвязь между стереотипом и социальной установкой. Теория социальных отличий. Значение социального изменения. Социальное дифференцирование в современном обществе. Избирательное влияние в массовой коммуникации. Теория социальной взаимосвязи. Социокультурная матрица. Социализация и теории косвенного влияния. Средства массовой информации как агент социализации. Формирование отношения, восприятия и веры. Массовая коммуникация и влияние медиареальности. Функции СМИ в формировании значений. Речь и языка СМИ. Эффекты СМИ, связанные с поведением (рост общественного интереса к данной проблематике; 1970-е: интерес к ТВ-насилию). Влияние телевизионного насилия (результаты исследований; экспериментальные результаты; эксперимент Бандуры; усложнение факторов). Поощряющееся просоциальное поведение. Психологические эффекты массовой коммуникации; понятия подражания и заражения; понятие массовых вкусов; закономерности массового поведения и реклама; психология моды. Массовая коммуникация и теоретические стратегии убеждения. Убеждение и внушение; психологические модели убеждающего воздействия; соотношение логических и

		эмоциональных апелляций к аудитории; роль групповых факторов в процессе убеждения; понятие конформизма; психология слухов, механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов. Теоретические стратегии убеждения. Психодинамическая стратегия. Социокультурная стратегия. Стратегия формирования значений. Психология творчества журналиста, создателя рекламы; творческое мышление, творческие способности, вербальное и невербальное мышление; методы активизации творческого мышления.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория массовых коммуникаций

Электронные ресурсы (издания)

1. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2018; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159 (Электронное издание)

2. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573153 (Электронное издание)

3. Шарков, Ф. И.; Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2018; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159 (Электронное издание)

4. Шпаковская, С. В.; Основы теории коммуникации : пособие.; Пензенский государственный университет, Пенза; 2006; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39417 (Электронное издание)

5. Бакулев, Г. П.; Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2016; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104042 (Электронное издание)

6. Петрухина, С. Р.; Социальная психология : учебное пособие.; ПГТУ, Йошкар-Ола; 2016; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459502 (Электронное издание)

7. Петрухина, С. Р.; Социальная психология : практикум.; ПГТУ, Йошкар-Ола; 2018; http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483743 (Электронное издание)

Печатные издания

1. Шарков, Ф. И.; Коммуникология. Коммуникационный консалтинг : учеб. пособие.; Дашков и К°, Москва; 2011 (10 экз.)

2. Шарков, Ф. И.; Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие.; Дашков и К°, Москва; 2010 (10 экз.)

3. Назаров, М. М.; Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований; УРСС, Москва; 2003 (42 экз.)

4. Филатова, О. Г.; Социология массовой коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 040201 Социология.; Гардарики, Москва; 2006 (30 экз.)

5. Гузикова, М. О.; Основы теории межкультурной коммуникации : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлениям подготовки 035700 "Лингвистика", 45.03.02 "Лингвистика"].; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2015 (30 экз.)

6. Федотова, Л. Н.; Социология массовой коммуникации; Аспект Пресс, Москва; 2002 (74 экз.)

7. Садохин, А. П.; Введение в теорию межкультурной коммуникации; Высшая школа, Москва; 2005 (56 экз.)

8. Шарков, Ф. И.; Основы теории коммуникации : Учебник.; Издательский Дом "Социальные отношения", Москва; 2002 (46 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science - https://apps.webofknowledge.com/

2. Международная база цитирований Scopus - https://www.scopus.com/

3. Электронный научный архив УрФУ - http://elar.urfu.ru/

4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ http://www.rsl.ru/

5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - http://www.nlr.ru/

6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library

1. Головлева, Е. Л. Теория и практика современной коммуникации : учебник для вузов / Е. Л. Головлева, Д. А. Горский. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-906912-92-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:

https://www.iprbookshop.ru/74742.html (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

2. Введение в теорию межкультурной коммуникации : практикум / составители О. А. Ганжара, И. Б. Филипенко. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 98 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/92677.html (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

3. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды — как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс / С. А. Зелинский. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. — 408 c. — ISBN 978-5-903463-17-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96408.html (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

4. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 424 c. — ISBN 978-5-7598-1488-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89356.html (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

5. Паршукова Г.Б. Основы теорий коммуникаций. Теории и модели коммуникаций [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Паршукова Г.Б. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 71 c. — Режим доступа: http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=91298. — «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю.

6. Шаповалова Н.Г. Основы теории коммуникации: начальный курс [Электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие/ Шаповалова Н.Г., Старостина Е.В. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 81 c. — Режим доступа: http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=74286. — «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю.

7. Шарков Ф.И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии [Электронный ресурс]: Монография/ Шарков Ф.И., Силкин В.В. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Международная академия коммуникологии, 2018. — 304 c. — Режим доступа: http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=85462. — «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю.

8. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200 (дата обращения: 23.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01185-6. – Текст : электронный.

9. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 20.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный.

10. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : [16+] / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159 (дата обращения: 23.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6. – Текст : электронный.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/;

Библиокомплектатор: http://www.bibliocomplectator.ru/available;

Научная электронная библиотека http://elibrary.ru;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» http://www.biblioclub.ru/;

зональная научная библиотека (УрФУ) - http://lib2.urfu.ru/

электронная библиотека MYBRARY - http://mybrary.ru/

справочно-библиографическая система - http://search.ebscohost.com/

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Теория массовых коммуникаций

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES