

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.



2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.14 ПОЛИТИКА МАСС-МЕДИА
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: 39.03.03– Организация работы с молодежью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация: Государственная молодежная политика

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки: прикладная

(академическая /прикладная)

Форма обучения: заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

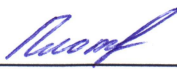
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «ПОЛИТИКА МАСС-МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 39.03.03 – Организация работы с молодежью

Программу составил (и):

Плотичкина Н.В., доцент, канд. полит. наук, доцент


подпись

Рабочая программа дисциплины «Политика масс-медиа в современном мире» утверждена на заседании кафедры государственной политики и государственного управления

протокол № 12 «03» мая 2017г.

Заведующий кафедрой И.В.Мирошниченко


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии

протокол № 6 «04» мая 2017г.

Председатель УМК факультета А.Н.Кимберг


подпись

Рецензенты:

Скрипниченко Л.С., кандидат социологических наук, доцент кафедры управления персоналом и организационной психологии КубГУ

Манонова С.Г., руководитель государственного казенного учреждения Краснодарского края «Молодежный центр развития личности»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Дисциплина «Политика масс-медиа в современном мире» сочетает в себе обзор базовых теоретических концепций крупнейших исследователей массовых коммуникаций с прикладными элементами, среди которых знакомство с методами эмпирических исследований массово-коммуникационных явлений. В рамках дисциплины рассматривается специфика информирования и убеждения в СМИ, а также направления влияния СМИ в отдельных областях. В процессе занятий также ставится цель сформировать у студентов начальные умения в интерпретации данных социологических исследований в сфере массовой коммуникации.

Цель дисциплины состоит в формировании современных знаний бакалавров о сущности, моделях, социальных и психологических механизмах массовой коммуникации и базовых навыках анализа процессов в этой сфере. По окончании курса студенты будут знать основные понятия массовой коммуникации, современные теоретические подходы к анализу массовой коммуникации, структуру и основные институты массовой коммуникации, психологические эффекты, которые вызывает массовая коммуникация; методы изучения массовой коммуникации. Студенты научатся ориентироваться в многообразии ресурсов, планировать возможные эффекты в аудитории массовой коммуникации, используя особенности передатчика информации (радио, телевидения, интернета, прессы), планировать исследование молодежной аудитории СМИ, проводить социологическое исследование молодежной аудитории СМИ, владеть базовыми навыками организации информационного обеспечения молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействия с молодежными СМИ.

1.2 Задачи дисциплины.

- формирование представлений о теориях, концептах, моделях массовой коммуникации в западной и отечественной социологии и психологии масс-медиа; эффектах, структуре и институтах массовой коммуникации;
- формирование умений планирования, разработки и реализации социологического исследования молодежной аудитории масс-медиа, молодежных СМИ;
- развитие у бакалавров базовых навыков организации информационного обеспечения молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействия с молодежными СМИ.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Политика масс-медиа в современном мире» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: «Социология» (Б1.Б.03), «Основы информационной политики» (Б1.В.05). Знания, полученные в рамках данного курса, являются важными для изучения в дальнейшем таких дисциплин, как «PR-технологии в молодежной политике» (Б1.В.ДВ.07.02), «Сетевой анализ молодежной политики» (Б1.В.03), «Визуальная репрезентация молодежной политики» (Б1.В.ДВ.11.01).

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций: ПК-5, ПК-32.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-5	способностью выявлять проблемы в молодежной среде и вырабатывать их ор-	основные аспекты, условия, факторы, влияющие на	разрабатывать планы проведения мероприятий,	навыками по формированию информационного

№ п.п.	Индекс компе- тенции	Содержание компе- тенции (или её ча- сти)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		ганизационные решения в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга и взаимодействовать с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи, умением организовать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействие с молодежными средствами массовой информации	формирование проблем в молодежной среде по вопросам занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, способности и степень эффективности взаимодействия молодежи с масс-медиа	направленных на решение проблем молодежи; управлять, планировать и организовывать профориентационную работу с молодежью; применять методы социальной адаптации и интеграции молодежи в институты общества в рамках реализации молодежной политики	обеспечения молодежи и взаимодействия с молодежными СМИ для реализации молодежной политики в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, взаимодействия объединений и организаций, представляющих интересы молодежи
2.	ПК-32	умением организовывать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействовать с молодежными средствами массовой информации	теории, концепты, модели массовой коммуникации в западной и отечественной социологии и психологии СМИ; эффекты, структуру и институты массовой коммуникации.	планировать, разрабатывать и реализовывать социологическое исследование молодежной аудитории СМИ, молодых СМИ.	навыками организации информационного обеспечения молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействия с молодежными СМИ.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов 3ФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)	
		сессия 2 (3 курс)	сессия 3 (3 курс)
Контактная работа, в том числе:			
Аудиторные занятия (всего):	14	12	2
Занятия лекционного типа	4	4	-
Лабораторные занятия	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические	10	8	2

занятия)			
Иная контактная работа:	0,2	-	0,2
Контрольные работы (КРП)	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	90	24	66
Индивидуальные письменные задания	8	8	-
Задания для групповой работы по разработке программы и проведению социологических исследований СМИ	74	8	66
Групповые дискуссии	8	8	-
Контроль:	3,8	-	3,8
Подготовка к экзамену	-	-	-
Общая трудоемкость	час.	108	36
	в том числе контактная работа	14,2	12
	зач. ед.	3	1

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на третьем курсе в семестрах сессия 2 и сессия 3 (заочная форма)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в социологию и психологию массовой коммуникации. Массовые коммуникации в современном обществе	13	1	4	-	8
2.	Эффективность массовой коммуникации	22	2	4	-	16
3.	Методология и методы изучения массовой коммуникации. Методика социологического исследования массовой коммуникации	69	1	2	-	66
	Итого по дисциплине:		4	10	-	90

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Введение в социологию и психологию массовой коммуникации. Массовые коммуникации в современном обществе	Тема 1. Предмет социологии и психологии массовой коммуникации. Тема 2. Социология и психология СМИ: основные концепции и подходы. Основные этапы становления и развития теорий массовой коммуникации.	Письменное индивидуальное задание «Основные этапы становления и развития теорий массовой коммуникации» Письменное индивидуальное задание «Условия эффективности убеждающего сообщения»
	Эффективность массовой коммуникации	Тема 3. Психологические эффекты СМИ.	Индивидуальное письменное задание «Знакомство с

2.		Тема 4. Реклама в СМК. Тема 5. Социология Интернета.	<i>технологиями онлайн-исследований»</i> Групповая дискуссия на тему: «Традиционные и компьютерные технологии в социологическом исследовании: достоинства и недостатки» Групповая дискуссия «Цена стереотипа»
3.	Методология и методы изучения массовой коммуникации. Методика социологического исследования массовой коммуникации	Тема 6. Социологическое исследование массовой коммуникации. Тема 7. Методы и техника социологического исследования массовой коммуникации.	Тренинг практических навыков по созданию программы социологического исследования СМИ с элементами дискуссии

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Введение в социологию и психологию массовой коммуникации. Массовые коммуникации в современном обществе	Тема 1. Предмет социологии и психологии массовой коммуникации. Тема 2. Социология и психология СМИ: основные концепции и подходы. Основные этапы становления и развития теорий массовой коммуникации.	Разработка программы социологического исследования по темам «Механизмы производства молодежного реалити-шоу» Письменное индивидуальное задание «Влияние агрессии в СМК»
2.	Эффективность массовой коммуникации	Тема 3. Психологические эффекты СМИ. Тема 4. Реклама в СМК. Тема 5. Социология Интернета.	Проведение социологического исследования «Современные молодежные виртуальные сообщества» Разработка программы социологического исследования читательской аудитории Групповая дискуссия «Гендерные стереотипы в СМИ» Групповая дискуссия «Реклама на телевидении»
3.	Методология и методы изучения массовой коммуникации. Методика социологического исследования массовой коммуникации	Тема 6. Социологическое исследование массовой коммуникации. Тема 7. Методы и техника социологического исследования массовой коммуникации.	Техническое задание по структурному контент-анализу новостных материалов о молодежных отделениях политических партий / молодежных организациях в Интернет – СМИ

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия – не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы – не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Создание материалов презентаций	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 – Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.18 г.)
2	Подготовка материалов, проведение и оформление результатов анкетирования, интервью, беседы, социологических опросов	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 – Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.18 г.)
3	Подготовка и участие в конкурсах, олимпиадах, диспутах, круглых столах, групповых дискуссиях	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 – Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.18 г.)
4	Графическое представление изучаемого материала (составление схем, иллюстраций, рисунков, графиков, диаграмм)	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 39.03.03 – Организация работы с молодежью (протокол № 10 от 10.04.18 г.)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

На каждом этапе обучения автор программы использует различные формы интерактивной деятельности и элементы проектной работы.

При изучении первого раздела, который направлен на ознакомление с основными концепциями и подходами в социологии и психологии СМИ, используются групповые и самостоятельные формы работы. Они направлены на осмысление данных для прочтения работ по теории социологии и психологии СМИ, формирование собственной аргументированной позиции по проблемным аспектам изучаемой темы. Здесь используются такие образовательные технологии, как:

- индивидуальная работа по чтению и осмыслению научных исследований, проводимых теоретиками социологии и психологии СМИ;
- написание письменных индивидуальных разноуровневых заданий («Основные этапы становления и развития теорий массовой коммуникации», «Условия эффективности убеждающего сообщения», «Влияние агрессии в СМИ»)

- разработка программы социологического исследования «Механизмы производства молодежного реалити-шоу/Восприятие молодежью телерекламы в сельской местности»

- мультимедиа-лекции.

При изучении второго раздела обучающиеся рассматривают психологические эффекты СМИ, рекламу в СМИ и социологию Интернета. Для этого внедрены следующие образовательные технологии:

- групповые дискуссии по определенным темам (Гендерные стереотипы в СМИ, Реклама на телевидении), мозговые штурмы (Цена стереотипа);

- выполнение индивидуальных письменных разноуровневых заданий по определенной тематике («Знакомство с технологиями онлайн-исследований»);

- подготовка и проведение социологического исследования (современных молодежных виртуальных сообществ и молодежной читательской аудитории).

При изучении третьего раздела обучающиеся закрепляют навыки практических социологических исследований СМИ, самостоятельно проводят социологические исследования.

Для этого необходимы следующие образовательные технологии:

- проведение проблемного семинара, в ходе которого обучающиеся обсуждают методику социологических исследований СМИ;

- выполнение технического задания по контент-анализу новостных материалов о молодежных отделениях политических партий / молодежных организациях в СМИ.

- мультимедиа-лекции.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Занятия, проводимые с использованием интерактивных технологий

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов	
		Всего	Интер.часы
1	2	3	4
1.	Введение в социологию и психологию массовой коммуникации. Массовые коммуникации в современном обществе	5	0,5
2.	Эффективность массовой коммуникации	6	0,5
3.	Методология и методы изучения массовой коммуникации. Методика социологического исследования массовой коммуникации	3	1
	<i>Итого по дисциплине:</i>	14	2

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Индивидуальные и групповые задания:

1. Индивидуальное письменное задание «Основные этапы становления и развития теорий массовой коммуникации».

Критерии оценки:

- оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если студент обнаружил всестороннее систематическое знание предложенных преподавателем для анализа научных текстов, письменно сформулировал ответы на поставленные вопросы, работу сдал в срок.

- оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если студент правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, однако при ответе на отдельные вопросы допускает некоторые неточности.

-оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки в письменном ответе;

-оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (пороговый)

Знает основные понятия массовой коммуникации, виды и функции СМИ, структуру и основные институты массовой коммуникации, эффекты воздействия масс-медиа на молодежную аудиторию (31).

Умеет планировать эмпирическое исследование молодежной аудитории СМИ, молодежных СМИ, интерпретировать данные социологических исследований в сфере массовой коммуникации (У1).

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

2. Индивидуальное письменное задание «Условия эффективности убеждающего сообщения».

Критерии оценки:

-оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если студент обнаружил всестороннее систематическое знание предложенных преподавателем для анализа научных текстов, письменно сформулировал ответы на поставленные вопросы, работу сдал в срок.

-оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если студент правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, однако при ответе на отдельные вопросы допускает некоторые неточности.

-оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки в письменном ответе;

-оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

ПК-5 (базовый)

Знает условия и факторы, влияющие на формирование проблем в среде молодежи по вопросам занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, при взаимодействии с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи (32).

3. Индивидуальное письменное задание: «Влияние агрессии в СМК».

Критерии оценки:

-оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если студент обнаружил всестороннее систематическое знание предложенных преподавателем для анализа научных текстов, письменно сформулировал ответы на поставленные вопросы, работу сдал в срок.

-оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если студент правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, однако при ответе на отдельные вопросы допускает некоторые неточности.

-оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки в письменном ответе;

-оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

ПК-5 (базовый)

Знает условия и факторы, влияющие на формирование проблем в среде молодежи по вопросам занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, при взаимодействии с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи (32).

4. Индивидуальное письменное задание: «Знакомство с технологиями онлайн-исследований».

Критерии оценки:

-оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если студент обнаружил все-стороннее систематическое знание предложенных преподавателем для анализа научных текстов, письменно сформулировал ответы на поставленные вопросы, работу сдал в срок.

-оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если студент правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, однако при ответе на отдельные вопросы допускает некоторые неточности.

-оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки в письменном ответе;

-оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

5. Разработка программы социологического исследования по теме «Механизмы производства молодежного реалити-шоу».

Критерии оценки:

«удовлетворительно» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«хорошо» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«отлично» / зачтено - лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Умеет разбираться в процедурах и методах эмпирического исследования молодежной аудитории СМИ, разрабатывать программу прикладного исследования молодежной аудитории СМИ, молодежных СМИ (У2).

ПК-5 (базовый)

Знает условия и факторы, влияющие на формирование проблем в среде молодежи по вопросам занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, при взаимодействии с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи (32).

6. Разработка программы социологического исследования по теме «Социально-психологическое исследование онлайн-коммуникации: изучение молодежного «виртуального сообщества».

Критерии оценки:

«удовлетворительно» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«хорошо» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«отлично» / зачтено - лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Умеет разбираться в процедурах и методах эмпирического исследования молодежной аудитории СМИ, разрабатывать программу прикладного исследования молодежной аудитории СМИ, молодежных СМИ (У2).

ПК-5 (базовый)

Знает условия и факторы, влияющие на формирование проблем в среде молодежи по вопросам занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, при взаимодействии с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи (32).

Владеет навыками выработки запрограммированных организационных решений по формированию информационного обеспечения молодежи и взаимодействия с молодежными СМИ для реализации молодежной политики в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, взаимодействия объединений и организаций, представляющих интересы молодежи (В2).

7. Разработка и реализации плана и программы социологического исследования молодежной читательской аудитории газеты/журнала по собственному выбору.

Критерии оценки:

«удовлетворительно» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«хорошо» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«отлично» / зачтено - лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Умеет разбираться в процедурах и методах эмпирического исследования молодежной аудитории СМИ, разрабатывать программу прикладного исследования молодежной аудитории СМИ, молодежных СМИ (У2).

Владеет базовыми навыками организации информационного обеспечения молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействия с молодежными СМИ (В2).

8. Техническое задание по структурному контент-анализу новостных материалов о молодежных отделениях политических партий / молодежных организациях в Интернете – СМИ.

Критерии оценки:

«удовлетворительно» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«хорошо» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«отлично» / зачтено - лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Умеет разбираться в процедурах и методах эмпирического исследования молодежной аудитории СМИ, разрабатывать программу прикладного исследования молодежной аудитории СМИ, молодежных СМИ (У2).

Владеет базовыми навыками организации информационного обеспечения молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействия с молодежными СМИ (В2).

ПК-5 (базовый)

Знает условия и факторы, влияющие на формирование проблем в среде молодежи по вопросам занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, при взаимодействии с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи (З2).

Владеет навыками выработки запрограммированных организационных решений по формированию информационного обеспечения молодежи и взаимодействия с молодежными СМИ для реализации молодежной политики в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга, взаимодействия объединений и организаций, представляющих интересы молодежи (В2).

9. Тренинг практических навыков по созданию программы социологического исследования СМИ.

Критерии оценки:

«удовлетворительно» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«хорошо» / зачтено - работа в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов;

«отлично» / зачтено - лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности над заданием с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Умеет разбираться в процедурах и методах эмпирического исследования молодежной аудитории СМИ, разрабатывать программу прикладного исследования молодежной аудитории СМИ, молодежных СМИ (У2).

10. Групповая дискуссия на тему: «Традиционные и компьютерные технологии в социологическом исследовании: достоинства и недостатки».

Критерии оценки участия в дискуссии:

«удовлетворительно» / зачтено - студент имеет фрагментарные представления о содержании заявленной темы групповой дискуссии, частично освоил понятийно-категориальный аппарат;

«хорошо» / зачтено - студент демонстрирует общие знания по заявленной теме групповой дискуссии, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами;

«отлично» / зачтено - студент демонстрирует системные знания по заявленной теме групповой дискуссии, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами, формулирует аналитические обобщения и выводы.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (З2).

Умеет разбираться в процедурах и методах эмпирического исследования молодежной аудитории СМИ, разрабатывать программу прикладного исследования молодежной аудитории СМИ, молодежных СМИ (У2).

11. Групповая дискуссия на тему: «Реклама на телевидении».

Критерии оценки участия в дискуссии:

«удовлетворительно» / зачтено - студент имеет фрагментарные представления о содержании заявленной темы групповой дискуссии, частично освоил понятийно-категориальный аппарат;

«хорошо» / зачтено - студент демонстрирует общие знания по заявленной теме групповой дискуссии, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами;

«отлично» / зачтено - студент демонстрирует системные знания по заявленной теме групповой дискуссии, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами, формулирует аналитические обобщения и выводы.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

12. Групповая дискуссия на тему: «Цена стереотипа».

Критерии оценки участия в дискуссии:

«удовлетворительно» / зачтено - студент имеет фрагментарные представления о содержании заявленной темы групповой дискуссии, частично освоил понятийно-категориальный аппарат;

«хорошо» / зачтено - студент демонстрирует общие знания по заявленной теме групповой дискуссии, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами;

«отлично» / зачтено - студент демонстрирует системные знания по заявленной теме групповой дискуссии, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами, формулирует аналитические обобщения и выводы.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

13. Групповая дискуссия на тему: «Необходимо ли избавляться от гендерных стереотипов? Почему?»

Критерии оценки участия в дискуссии:

«удовлетворительно» / зачтено - студент имеет фрагментарные представления о содержании заявленной темы групповой дискуссии, частично освоил понятийно-категориальный аппарат;

«хорошо» / зачтено - студент демонстрирует общие знания по заявленной теме групповой дискуссии, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами;

«отлично» / зачтено - студент демонстрирует системные знания по заявленной теме групповой дискуссии, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами, формулирует аналитические обобщения и выводы.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

Материалы для подготовки к тестированию

1. Массовая коммуникация – это:

а) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории;

б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства;

в) вся сфера духовной и духовно-практической деятельности.

2. Социологическое изучение массовой коммуникации началось:

- а) в последней трети XIX века;
- б) в 1920-е гг.;
- в) в 1960-е гг.

3. Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:

- а) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации;
- б) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям;
- в) актуализации функций в современных условиях не происходит, они остались прежними.

4. Организационно-технические комплексы, позволяющие осуществлять быструю передачу и массовое тиражирование больших объемов словесной, образной, музыкальной информации, – это:

- а) интернет СМИ; б) информационные агентства; в) СМИ.

5. Этапами стандартной модели коммуникации являются:

- а) кодирование – сообщение – получатель;
- б) источник – кодирование – сообщение – декодирование – получатель;
- в) сообщение – кодирование – декодирование – получатель?

6. Теория двухступенчатой модели коммуникации предложена:

- а) П. Лазарсфельдом; б) Г. Лассуэллом; в) Н. Луманом.

7. Понятие «спираль молчания» разработано:

- а) Г. Лассуэллом; б) М. Маклюэнном; в) Э. Ноэль-Нойман.

8. Политическая коммуникация – это:

- а) деятельность по формированию политики;
- б) общение, информационное взаимодействие посредством СМИ между субъектами политической деятельности по поводу их совместных действий;
- в) деятельность по реализации политики.

9. Пропаганду характеризуют определения:

- а) односторонняя коммуникация, убеждение с целью достижения взаимопонимания и налаживания конструктивного сотрудничества;
- б) односторонняя коммуникация, информационное давление с целью навязывания общественности требуемой точки зрения;
- в) двусторонняя коммуникация, учет реакции общественности на сообщение.

10. Целевой аудиторией СМИ называется.

- а) группа людей, объединенных единой целью;
- б) совокупность людей, к которым обращаются СМИ и которые воспринимают обращенную к ним информацию;
- в) группа людей, которым товары или услуги, рекламируемые в СМИ, предоставляются бесплатно в качестве рекламы.

11. Мониторингом СМИ называется:

- а) отслеживание сообщений СМИ во время проведения PR-мероприятия;
- б) проверка гипотез о причинно-следственных связях;
- в) компьютерный анализ эффективности PR-мероприятия.

12. Пресс-релиз – это:

- а) аналитический отчет по материалам, опубликованным в прессе;
- б) информационное сообщение для публикации в прессе;
- в) список представителей прессы, приглашенных на пресс-конференцию.

13. Пресс-кит – это:

- а) номинация в конкурсе на звание лучшего журналиста года;
- б) аккредитационная карточка журналиста;
- в) папка с фотографиями, пресс-релизом, бэкграундом.

14.Методика систематического количественного описания содержания коммуникации, частотный анализ единиц текста называется:

а) факторным анализом; б) контент-анализом; в) квантификацией.

15.Изучаемая часть объектов генеральной совокупности, выбранная таким образом, что в ней воспроизводятся признаки и характеристики целого, – это:

а) выборка; б) квантификация; в) корреляция.

16.Первичной информацией называется:

а) информация, которая только что опубликована в СМИ;
б) информация, которая выявляется в процессе наблюдения и опроса;
в) опрос, проводимый в специально оборудованных кабинетах.

17.Открытый вопрос в анкете – это:

а) вопрос, при обсуждении которого анкетлируемые респонденты не пришли к единому мнению;

б) вопрос, предусматривающий все возможные варианты ответов;

в) вопрос, не содержащий готовых вариантов ответов.

18.Люди, которые проводят у телевизионных экранов все свободное время, в результате чего у них формируется некритическое отношение к получаемой информации, называются:

а) реципиентами; б) легкими зрителями; в) тяжелыми зрителями.

19.Методом манипулятивного воздействия на подсознание людей при помощи особых форм внушения, которые создают достаточно прочные психологические установки, побуждающие впоследствии к вполне определенным действиям, является:

а) агитация; б) пропаганда; в) нейролингвистическое программирование.

20.Процент аудитории целевой группы, охваченной телепрограммой, печатным изданием, радиостанцией, интернет-ресурсом в данный момент времени, называется:

а) долей; б) рейтингом; в) индексом рейтинга.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

«удовлетворительно» / зачтено - если студент отвечает правильно на 50% тестовых заданий

«хорошо» / зачтено - если студент отвечает правильно от 51 до 90 % тестовых заданий

«отлично» / зачтено - если студент отвечает правильно от 91 до 100 % тестовых заданий

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы по курсу «Политика масс-медиа в современном мире».

1. Межличностная и массовая коммуникация. Различие традиционных каналов СМК.

2. Функции СМК.

3. Основные этапы становления и развития теорий СМК.

4. Теории массовой коммуникации (начало XX в. – 1940г.)

5. Концепции массовой коммуникации в 1950–1960гг.

6. Исследования СМК в 1970-е гг.

7. Современные теории массовой коммуникации.

8. Классификация теорий массовой коммуникации.

9. Теория нормативных моделей деятельности СМИ.

10. М.МакЛюэн и его работы по теории массовой коммуникации.

11. Модель коммуникативного акта Г.Лассуэлла.

12. Модель двухступенчатого потока коммуникации П.Лазарсфельда.

13. Теория повестки дня.

14. Психологические эффекты СМИ.
15. Методы воздействия СМИ на аудиторию.
16. Влияние СМК на политическую активность.
17. Типология средств массовой коммуникации.
18. Методы эмпирических исследований в социологии массовой коммуникации.
19. Метод массового опроса в социологии массовой коммуникации.
20. Качественные исследования в социологии массовой коммуникации.
21. Масс-медиа и глобализация.
22. Особенности Интернета как средства массовой коммуникации.
23. Социологические опросы в Интернете.
24. Преимущества Интернета относительно традиционных СМИ.
25. Особенности рекламы как коммуникационного процесса.
26. Формы рекламы в СМИ.

Перечень части компетенции, проверяемой оценочным средством:

ПК-32 (базовый)

Знает основные теории, концепты западной и отечественной социологии и психологии массовой коммуникации, манипулятивный потенциал СМИ (32).

Критерии оценки ответа студента на зачёте:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если студент ориентируется в теоретическом материале; имеет представление об основных подходах к излагаемому материалу; знает определения основных теоретических понятий излагаемой темы, умеет применять теоретические сведения для анализа практического материала, в основном демонстрирует готовность применять теоретические знания в практической деятельности и освоение большинства показателей формируемых компетенций;

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не ориентируется в теоретическом материале; не знает основных понятий излагаемой темы, не умеет применять теоретические сведения для анализа практического материала, не демонстрирует готовность применять теоретические знания в практической деятельности и освоение показателей формируемых компетенций.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

Кирия И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. - 424 с. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов/ Под ред. А.Бриггза, П.Кобли; пер. с англ. (Ю.В.Никуличева). 2-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 551с. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для бакалавров / Л.Н.Федотова. М.: Издательство Юрайт, 2019. 603 с. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ. <https://biblio-online.ru/book/6012DF20-E424-406F-940D-F0B175F3D126/sociologiya-massovykh-kommunikatsiy-teoriya-i-praktika>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2010. 192с.

Добренков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: учебник для студентов вузов. М.: ИНФРА-М, 2009. 767с.

Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. Ростов н/Д: Феникс, 2009. 427с.

Касьянов В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для академического бакалавриата / В.В.Касьянов. М.: Издательство Юрайт, 2018. 299 с. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ. <https://biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D/sociologiya-massovoy-kommunikatsii>

Кириллова Н.Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. М.: Издательство Юрайт, 2018. 109 с. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ. <https://biblio-online.ru/book/F724C3CA-FDB9-42CE-9813-2F09F7BCAB2C/mediapolitika-gosudarstva-v-usloviyah-sociokulturnoy-modernizatsii>

Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации: учебник для студентов вузов. М.: КНОРУС, 2009. 431с.

Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: введение в теорию и исследования М.: URSS: [ЛИБРОКОМ], 2010. 354с.

Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Реклама: теория и практика: учебник для вузов. СПб. [и др.]: Питер, 2013. 505с.

Ученкова В.В., Старых Н.В. История рекламы: учебник для студентов вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. Информационные ресурсы библиотеки КубГУ. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298>

Черных А.И. Социология массовых коммуникаций: учебное пособие. М.: Издательский дом ГУВШЭ, 2008. 451с.

5.3. Периодические издания:

Журнал социологии и социальной антропологии

Неприкосновенный запас

Социологические исследования

Социологический журнал

Социологическое обозрение

Экономическая социология

Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

Центр молодежных исследований НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге // <http://sh.spb.hse.ru/youth/>

Исследование «National Readership Survey»; TNS Россия // <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/press/information/>

Клуб любителей Интернета и общества // <https://clubforinternetandsociety.wordpress.com>

Интернет по ту сторону цифр // <http://internetbeyond.net>

Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент», раздел «Социология коммуникаций» // <http://ecsocman.hse.ru/docs/16000397/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Контроль самостоятельной работы: для студентов дневной формы обучения – текущий контроль осуществляется еженедельно в соответствии с программой занятий; промежуточный контроль по итогам освоения дисциплины осуществляется в форме зачета. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются еженедельно преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине «Политика масс-медиа в современном мире».

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий.

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого в рамках данной отрасли знания.

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленных компетенций. На данном этапе студенты осуществляют самостоятельный поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщают и анализируют собранный материал по схеме, рекомендованной преподавателем, формулируют выводы, готовят материалы для публичного их представления и обсуждения.

Критерии оценки заданий в рамках самостоятельной работы студентов формулируются преподавателем в фонде оценочных средств.

№	Перечень заданий для самостоятельной работы студентов	Примерный бюджет времени на выполнение задания, час.	Форма контроля
1	Индивидуальное письменное задание: <i>«Основные этапы становления и развития теорий массовой коммуникации»</i>	2	Оценка качества выполнения индивидуального задания по 5-бальной шкале
2	Индивидуальное письменное задание: <i>«Условия эффективности убеждающего сообщения»</i> Индивидуальное письменное задание: <i>«Влияние агрессии в СМК»</i>	4	Оценка качества выполнения индивидуального задания по 5-бальной шкале

3	Индивидуальное письменное задание: <i>«Знакомство с технологиями онлайн-исследований»</i>	2	Оценка качества выполнения индивидуального задания по 5-бальной шкале
4	Разработка программы социологического исследования по темам <i>«Механизмы производства молодежного реалити-шоу»</i>	2	Оценка качества выполнения группового задания по 5-бальной шкале
5	Проведение социологического исследования <i>«Современные молодежные виртуальные сообщества»</i>	2	Оценка качества выполнения группового задания по 5-бальной шкале
6	Разработка программы социологического исследования молодежной читательской аудитории	4	Оценка качества выполнения группового задания по 5-бальной шкале
7	Групповая дискуссия на тему: <i>«Традиционные и компьютерные технологии в социологическом исследовании: достоинства и недостатки»</i>	2	Оценка качества участия в групповых дискуссиях по 5-бальной шкале
8.	Групповая дискуссия на тему: <i>«Реклама на телевидении»</i> . Групповая дискуссия на тему: <i>«Цена стереотипа»</i> . Групповая дискуссия на тему: <i>«Гендерные стереотипы в СМИ»</i> .	6	Оценка качества участия в групповых дискуссиях по 5-бальной шкале
9.	Техническое задание по структурному контент-анализу новостных материалов о молодежных отделениях политических партий / молодежных организациях в Интернет-СМИ	33	Оценка качества выполнения группового задания по 5-бальной шкале
10.	Тренинг практических навыков по созданию программы социологического исследования СМИ	33	Оценка качества выполнения группового задания по 5-бальной шкале

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Использование мультимедийных презентаций преподавателем в лекционном формате и при подготовке заданий для практических занятий студентам, использование Интернет-технологий при подготовке студентов к семинарам, общение с преподавателем по электронной почте.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для подготовки и демонстрации презентационных материалов используется пакет программа PowerPoint Microsoft Office, ОС Microsoft Windows 10 с выходом в Интернет.

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
2. Электронный каталог библиотеки КубГУ <https://www.kubsu.ru/node/1145>
3. Научная электронная библиотека КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Кабинет, оснащенный мебелью и рабочими станциями с доступом в Интернет
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.