

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

УТВЕРЖДАЮ:



Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор

Хагуров Т.А.

29 мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**Б1.В.05 УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ В СОВРЕМЕННОМ**  
**МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

*(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с  
общественностью

*(код и наименование направления подготовки/специальности)*

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с  
общественностью в СМИ

*(наименование направленности (профиля) специализации)*

Форма обучения заочная

*(очная, очно-заочная, заочная)*

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

*(бакалавр, магистр, специалист)*

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Б1.В.05 Управление информацией в современном медиaprостранстве составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

И.О. Никулин, доцент, канд. филол. наук  
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

  
подпись

Е.В. Тарасенко, старший преподаватель  
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

  
подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.05 Управление информацией в современном медиaprостранстве утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «27» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой  
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.  
фамилия, инициалы

  
подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «27» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой  
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.  
фамилия, инициалы


  
подпись

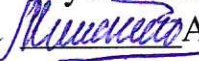
Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 12-20 «28» мая 2020 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.  
фамилия, инициалы

  
подпись

Рецензенты:

 Ю.В. Лучинский, д-р филологических наук, проф., зав. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

 А.А. Минский, ведущий консультант отдела реализации государственной политики в области информационного обеспечения департамента информационной политики Краснодарского края

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

**1.1 Цель освоения дисциплины** - ознакомление студентов с феноменом общественного мнения, его социальной и культурной сущностью, со способами конструирования и управления общественным мнением, с возможностями его использования в рекламных и PR-кампаниях. Основное внимание уделяется формированию у бакалавров системы знаний о содержании, специфике функционирования общественного мнения, о принципах и закономерностях его научного исследования.

### 1.2 Задачи дисциплины

В ходе реализации задач курса предполагается:

- формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения;
- формирование понимания структуры общественного мнения; ознакомление с функциями общественного мнения;
- изучение технологий, методов и способов управления общественным мнением;
- знакомство с требованиями к проведению исследований общественного мнения.

### 1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление информацией в современном медиапространстве» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Управление информацией в современном медиапространстве», нацелена на изучение сущности и содержания понятия «общественное мнение», методов и способов управления существующим общественным мнением, возможностей формирования системы экономических, социально-политических, идейно-нравственных отношений в обществе; требований к подготовке и проведению изучения общественного мнения.

Содержание дисциплины логично взаимосвязано с другими дисциплинами профессионального цикла: «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций», «Социология».

### 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)*

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
1.	<i>ПК2</i> - способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ИПК 2.1 Знает особенности продвижения продукции СМИ.	ИПК 2.2 Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности и результатов продвижения продукции СМИ.	ИПК 2.3 Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. (144 часа) (ЗФО), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		5			
<b>Контактная работа, в том числе:</b>					
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>	<b>18</b>	<b>18</b>			
Занятия лекционного типа	8	8			
Лабораторные занятия					
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	10	10			
<b>Иная контактная работа:</b>					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3			
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	<b>117</b>	<b>117</b>			
<i>Курсовая работа</i>					
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	58	58			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>					
<i>Реферат</i>	59	59			
Подготовка к текущему контролю					
<b>Контроль:</b>	<b>8,7</b>	<b>8,7</b>			
Подготовка к экзамену					
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>		
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>18,3</b>	<b>18,3</b>		
	<b>зач. ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		

### 2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре (заочная форма)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Управление информацией в современном медиапространстве. Введение	9	1	1		7
2.	Процесс формирования общественного мнения	9	1	1		7
3.	Управление общественным мнением	9	1	1		7
4.	Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге	9	1	1		7
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		36	4	4		28
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)						
Подготовка к текущему контролю						
Общая трудоемкость по дисциплине		36				

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6 семестре (заочная форма)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Методы и приемы управления информацией в современном медиапространстве	33	1	2		30
2.	Механизмы моды	33	1	2		30
3.	Социально-психологические функции моды	33	2	2		29
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		99	4	6		89
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		8,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

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.	Управление информацией в современном медиапространстве.	Установки как объект для управления ОМ. Исследование как основа управления общественным мнением. Жизненный цикл общественного мнения. Характеристики ОМ,	КЛ

	Введение	отражающие его качественную определенность. Факторы индивидуальных установок.	
2.	Процесс формирования общественного мнения Управление общественным мнением	15 «законов» Хадли Кентрилса. Изменение фокуса событий. Изменение интенсивности. Блокирование информационной поддержки (информационная блокада). Socialbranding. Астротурфинг. Установки. Просветительский характер УОМ. Социализирующий характер УОМ. Мобилизационный характер УОМ. Манипулятивный характер УОМ. PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти. Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе.	<i>КЛ</i>
3.	Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге Методы и приемы управления информацией в современном медиапространстве	Элементы комплекса коммуникаций в рамках ПМ. Типы связей с общественностью в избирательной кампании. Приемы по «вписыванию» политического сообщения в новостной контекст. Специфика директ-маркетинга в ПМ. популярные формы «личных продаж» в ПМ. Пропаганда. Интрига, состязание. Самосбывающийся прогноз. Формирующий (индуцирующий) опрос. Интервью. Зона Уэйта (иллюзия компетентности). Технология «утечки». Просвещение. Скандал. Провокация кризисов. Экстремальные события. Тесты. Тайна, секрет. Большие формы. Угроза, опасность. Юмор и сатира.	<i>КЛ</i>
4.	Механизмы моды Социально-психологические функции моды	Психологические механизмы моды. Двойной механизм моды. Факторы модности. Мода как массовое подражание. Конформизм как фактор моды. Функции моды. Элементы распространения моды. Влияние моды на психологию масс.	<i>КЛ</i>

### 2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Управление информацией в современном медиапространстве. Введение	Установки как объект для управления ОМ. Исследование как основа управления общественным мнением. Жизненный цикл общественного мнения. Характеристики ОМ, отражающие его качественную определенность. Факторы индивидуальных установок.	<i>опрос по ключевым аспектам раздела, реферат</i>
2.	Процесс формирования	15 «законов» Хадли Кентрилса. Изменение фокуса событий. Изменение интенсивности.	<i>опрос по ключевым</i>

	общественного мнения	Блокирование информационной поддержки (информационная блокада). Socialbranding. Астротурфинг. Установки.	<i>аспектам раздела, реферат</i>
3.	Управление общественным мнением	Просветительский характер УОМ. Социализирующий характер УОМ. Мобилизационный характер УОМ. Манипулятивный характер УОМ. PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти. Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе.	<i>опрос по ключевым аспектам раздела, реферат</i>
4.	Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге Методы и приемы управления информацией в современном медиапространстве	Элементы комплекса коммуникаций в рамках ПМ. Типы связей с общественностью в избирательной кампании. Приемы по «вписыванию» политического сообщения в новостной контекст. Специфика директ-маркетинга в ПМ. популярные формы «личных продаж» в ПМ. Пропаганда. Интрига, состязание. Самосбывающийся прогноз. Формирующий (индуцирующий) опрос. Интервью. Зона Уэйта (иллюзия компетентности). Технология «утечки». Просвещение. Скандал. Провокация кризисов. Экстремальные события. Тесты. Тайна, секрет. Большие формы. Угроза, опасность. Юмор и сатира.	<i>опрос по ключевым аспектам раздела, реферат</i>
5.	Механизмы моды Социально-психологические функции моды	Психологические механизмы моды. Двойной механизм моды. Факторы модности. Мода как массовое подражание. Конформизм как фактор моды. Функции моды. Элементы распространения моды. Влияние моды на психологию масс.	<i>опрос по ключевым аспектам раздела, реферат</i>

### 2.3.3 Лабораторные занятия - не предусмотрены

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

### 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	Самостоятельная проработка теоретического материала	<p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. Вирен. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 128 с. — Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/97232">https://e.lanbook.com/book/97232</a>. — Загл. с экрана.</p> <p>Дрешер, А.Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293</a></p> <p>Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашкови К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56280">https://e.lanbook.com/book/56280</a></p> <p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Тимофеев М. И. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО:Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. Режим доступа: <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=472499">http://znanium.com/bookread2.php?book=472499</a></p>
2	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений)	<p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. Вирен. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 128 с. — Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/97232">https://e.lanbook.com/book/97232</a>. — Загл. с экрана.</p> <p>Дрешер, А.Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293</a></p> <p>Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашкови К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56280">https://e.lanbook.com/book/56280</a></p> <p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Тимофеев М. И. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО:Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. Режим доступа: <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=472499">http://znanium.com/bookread2.php?book=472499</a></p>



3	Реферат	<p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. Вирен. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 128 с. — Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/97232">https://e.lanbook.com/book/97232</a>. — Загл. с экрана.</p> <p>Дрешер, А.Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139293</a></p> <p>Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашкови К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56280">https://e.lanbook.com/book/56280</a></p> <p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Тимофеев М. И. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО:Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. Режим доступа: <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=472499">http://znanium.com/bookread2.php?book=472499</a></p>
---	---------	---

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **3. Образовательные технологии**

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать

использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса

используются такие интерактивные формы проведения занятий как коллоквиум.

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

## **4. Оценочные и методические материалы**

### **4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «название дисциплины».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме конспектов лекций, опроса по ключевым аспектам раздела, реферата **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

#### **Критерии оценивания**

**Оценка «5» («отлично»)** соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно». Выставляется студенту,

- усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

- обнаружившему всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.

**Оценка «4» («хорошо»)** соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет». Выставляется студенту,

- обнаружившему полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей;

- показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.

**Оценка «3» («удовлетворительно»)** выставляется студенту,

- обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой;

- допустившему неточности в ответе и при выполнении заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

**Оценка «2» («неудовлетворительно»)** выставляется студенту,

- обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

- давшему ответ, который не соответствует экзаменационному вопросу

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.

### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Управление информацией в современном медиaprостранстве. Введение	<i>ПК-2 (знать особенности продвижения продукции СМИ)</i>	<i>Конспект лекций</i>	<i>Вопрос на экзамене 1-18</i>
2	Процесс формирования общественного мнения	<i>ПК-2 (уметь осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.)</i>	<i>Вопросы для устного опроса по теме, разделу</i>	<i>Вопрос на экзамене 19-24</i>
3	Управление общественным мнением	<i>ПК-2 (уметь осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.)</i>	<i>Реферат</i>	<i>Вопрос на экзамене 25-39</i>
4	Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге	<i>ПК-2 (знать особенности продвижения продукции СМИ)</i>	<i>Конспект лекций</i>	<i>Вопрос на экзамене 40-44</i>

5	Методы и приемы управления информацией в современном медиaprостранстве	<i>ПК-2 (владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.)</i>	<i>Конспект лекций</i>	<i>Вопрос на экзамене 45-59</i>
6	Механизмы моды	<i>ПК-2 (владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.)</i>	<i>Вопросы для устного опроса по теме, разделу</i>	<i>Вопрос на экзамене 60-61</i>
7	Социально-психологические функции моды	<i>ПК-2 (владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.)</i>	<i>Реферат</i>	<i>Вопрос на экзамене 62-64</i>

### Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
	Низкий уровень формирования	Средний уровень формирования	Высокий уровень формирования
<b>ПК-2</b>	<i>Знает - особенности продвижения продукции СМИ.</i>	<i>Знает - особенности продвижения продукции СМИ.</i>	<i>Знает - особенности продвижения продукции СМИ.</i>
	<i>Умеет - осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</i>	<i>Умеет - осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</i>	<i>Умеет - осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</i>
	<i>Владеет - навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</i>	<i>Владеет - навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</i>	<i>Владеет - навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</i>

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### 4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

*Тема: Социально-психологические функции моды*

*Вопросы для подготовки:*

1. Функции моды.
2. Элементы распространения моды.
3. Влияние моды на психологию масс.

#### **4.1.2 Примерные темы рефератов:**

1. Установки как объект для управления ОМ.
2. Исследование как основа управления общественным мнением.
3. Жизненный цикл общественного мнения.
4. Характеристики ОМ, отражающие его качественную определенность.
5. Факторы индивидуальных установок.
6. Блокирование информационной поддержки (информационная блокада).
7. Socialbranding.
8. Астротурфинг.
9. Установки.
10. Просветительский характер УОМ.
11. Социализирующий характер УОМ.
12. Мобилизационный характер УОМ.
13. Манипулятивный характер УОМ.
14. PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти.
15. Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе.
16. Элементы комплекса коммуникаций в рамках ПМ.
17. Типы связей с общественностью в избирательной кампании.
18. Приемы по «вписыванию» политического сообщения в новостной контекст.
19. Специфика директ-маркетинга в ПМ.
20. Популярные формы «личных продаж» в ПМ.
21. Пропаганда.
22. Интервью.
23. Технология «утечки».
24. Просвещение.
25. Скандал.
26. Экстремальные события.
27. Тесты.
28. Тайна, секрет.
29. Юмор и сатира.
30. Психологические механизмы моды.
31. Факторы модности.
32. Мода как массовое подражание.
33. Конформизм как фактор моды.
34. Функции моды.
35. Элементы распространения моды.
36. Влияние моды на психологию масс.

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)**

#### **Вопросы для подготовки к экзамену**

1. Типы исследования общественного мнения

2. Социологические исследования
3. Коммуникационный аудит
4. Неформальные исследования
5. Критерии включенности явлений в объекты общественного мнения
6. Рациональный компонент общественного мнения
7. Эмоциональный компонент общественного мнения
8. Волевой компонент общественного мнения
9. Жизненный цикл общественного мнения
10. Стадия возникновения и формирования общественного мнения
11. Стадия функционирования общественного мнения
12. Стадия убывания общественного мнения
13. Направленность общественного мнения
14. Интенсивность общественного мнения
15. Стабильность общественного мнения
16. Информационная насыщенность общественного мнения
17. Социальная поддержка общественного мнения
18. Факторы индивидуальных установок
19. 15 «законов» Хадли Кентрилла
20. Изменение фокуса событий
21. Изменение интенсивности
22. Блокирование информационной поддержки (информационная блокада)
23. Социальный брендинг
24. Астротурфинг
25. Просветительский характер управления общественным мнением
26. Социализирующий характер управления общественным мнением
27. Мобилизационный характер управления общественным мнением
28. Манипулятивный характер управления общественным мнением
29. Информационная функция
30. Аналитическая функция
31. Коммуникативная функция
32. Интегративная функция
33. Организационная функция
34. Комплексные исследования аудитории
35. Выборочные исследования аудитории
36. Аналитические исследования аудитории
37. Перспективные исследования аудитории
38. Оперативные исследования аудитории
39. Ситуационные исследования аудитории
40. Элементы комплекса коммуникаций в рамках политического маркетинга
41. Типы связей с общественностью в избирательной кампании
42. Приемы по «вписыванию» политического сообщения в новостной контекст
43. Специфика директ-маркетинга в политическом маркетинге
44. Пропаганда
45. Интрига, состязание
46. Самосбывающийся прогноз
47. Формирующий (индуцирующий) опрос
48. Интервью
49. Зона Уэйта (иллюзия компетентности)
50. Технология «утечки»
51. Просвещение
52. Скандал
53. Провокация кризисов

54. Экстремальные события
55. Тесты
56. Тайна, секрет
57. Большие формы
58. Угроза, опасность
59. Юмор и сатира
60. Психологические механизмы моды
61. Двойной механизм моды
62. Факторы модности
63. Функции моды
64. Элементы распространения моды



Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Кубанский государственный университет» факультет журналистики  
кафедра рекламы и связей с общественностью  
2019/2020 учебный год

Направление подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

индекс, наименование

Дисциплина «**Управление информацией в современном медианпространстве**»

(3 курс, ЗФО) Экзаменационный билет № 1

Вопрос 1. *Socialbranding.*

Вопрос 2. *Астротурфинг.*

Преподаватель: *Никулин И.О., к.ф.н., доцент*

подпись

Утверждено на заседании кафедры «\_\_»\_\_июня\_\_\_\_\_20 г, протокол №

Зав. кафедрой рекламы и связей  
с общественностью

\_\_\_\_\_Р.В. Патюкова

**Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным  
средством  
ПК-2**



## 4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

### *Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на экзамене:*

#### *Методические рекомендации определяющие процедуры оценивания на экзамене*

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по дисциплине является экзамен. Студенты обязаны сдать экзамен в соответствии с расписанием и учебным планом

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов и задач к экзамену по дисциплине.

Экзамен по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения экзамена: устно (письменно).

Экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи экзамена заноситься преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

#### **Критерии оценки:**

**оценка «отлично»:** глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, логически последовательные, полные, грамматически правильные и конкретные ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы членов комиссии; использование в необходимой мере в ответах языкового материала, представленного в рекомендуемых учебных пособиях и дополнительной литературе;

**оценка «хорошо»:** твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном реагировании на замечания по отдельным вопросам;

**оценка «удовлетворительно»:** знание и понимание основных вопросов программы, наличие контекстных ошибок при недостаточной способности их корректировки, наличие определенного количества (не более 50%) ошибок в освещении отдельных вопросов билета;

**оценка «неудовлетворительно»:** непонимание сущности излагаемых вопросов, грубые контекстные ошибки в ответе, неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

### *Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания конспекта*

Форма контроля	Критерии оценивания			
Конспект	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.
	Отображено 80-90% лекционного материала	Отображено 60-70% лекционного материала	Отображено 40-50% лекционного материала	Отображено менее 40% лекционного материала

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания устного опроса**

Форма контроля	Критерии оценивания			
Устный опрос	<p><b>Отлично</b></p> <p>В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли.</p>	<p><b>Хорошо</b></p> <p>Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.</p>	<p><b>Удовл.</b></p> <p>Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительно умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.</p>	<p><b>Неуд.</b></p> <p>Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.</p>

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания реферата**

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать, и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа

стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

– знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;

– характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);

– степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);

– качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

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

### **5.1 Основная литература:**

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56280>

2. Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. Вирен. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 128 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97232>. — Загл. с экрана.

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:**

1. Дрешер, А.Р. Анализ реакции зрителя на рекламный продукт / А.Р. Дрешер. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00851-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139293>

2. Тимофеев М. И. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО:Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=472499>

### **5.3. Периодические издания:**

Периодические издания не предусмотрены

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

*Методические указания к самостоятельной работе студентов*

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

*Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:*

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

*студент может:*

- сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он

выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Управление информацией в современном медиапространстве» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое занятие; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - прослушивание лекционного курса;

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий,
- проведение лабораторных занятий.

*Лекционные занятия (Л).*

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям

- : – изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; – разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

*Практические занятия (ПЗ).* Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

*Самостоятельная работа* студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом

. 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.

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий**

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

### **7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения**

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

### **7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

1. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru) ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

3. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com) ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

## **8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)**

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 402)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402)



3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
5.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета