

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

Т.А. Хагуров



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.08 ТИПОЛОГИЯ СМК

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.01 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 очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2026

Рабочая программа дисциплины Типология СМК составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

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


подпись

Рабочая программа дисциплины Типология СМК утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол №10 «25» мая 2026 г.

Заведующий кафедрой

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


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол №10 «26» мая 2026 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

О.А. Болтуц, канд. филол. наук, доц., доц. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций Кубанского государственного университета

И.Г. Крайних, директор ООО «ОК пресс»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины – понимание принципов формирования системы средств массовой коммуникации.

1.2 Задачи:

- изучение современного состояния СМК, её инфраструктуры, а также основных организационных форм медиаиндустрии;
- понимание базовых типологических признаков различных СМК, а также их основных отличительных черт;
- овладение навыками профессиональной деятельности с учётом специфики СМК.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Типология СМК» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень дисциплин, связанных с ней и необходимых для ее изучения: «Прикладные аспекты рекламной и PR-деятельности».

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
УК-4 – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	
ИУК-4.1. Применяет современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает принципы работы современных цифровых технологий, включая социальные сети, мессенджеры, платформы для видеоконференций и совместной работы, а также особенности профессиональной коммуникации на иностранных языках. Умеет эффективно использовать цифровые инструменты для ведения деловой переписки, организации онлайн-встреч, создания и управления контентом, а также адаптировать свои сообщения под различные аудитории и культурные контексты. Владеет практическими навыками работы с офисными приложениями, программами для видеоконференций и управления проектами, а также свободно владеть одним или несколькими иностранными языками для уверенного общения в академической и профессиональной среде
ОПК-4 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктов	
ИОПК-4.1 Умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории	Знает особенности потребностей общества и интересов аудитории, методы анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и медиапродукты, а также современные тенденции в медиаиндустрии. Умеет проводить исследования рынка и аудитории, анализировать данные и делать прогнозы

	относительно спроса на медиатексты и медиапродукты, а также разрабатывать стратегии удовлетворения потребностей аудитории. Владеет методиками сбора и обработки данных, навыками проведения фокус-групп и интервью, а также инструментами для анализа больших данных и представления результатов исследований.
ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений, анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ИОПК-5.1 Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; знает политические и экономические механизмы, правовые и этические нормы регулирования	Знает актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем на региональном, национальном и мировом уровнях, а также понимать политические, экономические механизмы их функционирования и соответствующие правовые и этические нормы регулирования. Умеет анализировать и прогнозировать развитие медиакоммуникационных систем, учитывая политические и экономические факторы, а также правовые и этические нормы, и разрабатывать стратегии адаптации медиаорганизаций к новым условиям. Владеет методиками анализа медиарынков, инструментами правовой и этической экспертизы, навыками стратегического планирования и работы с данными, чтобы эффективно адаптировать медиакомпания к изменяющимся условиям и представлять результаты анализа в понятной и структурированной форме.
ИОПК-5.2 Применяет профессиональные решения, анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	Знает политико-экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем на региональном, национальном и мировом уровнях, а также актуальные тенденции их развития. Умеет анализировать развитие медиакоммуникационных систем, учитывая политические и экономические факторы, и применять профессиональные решения на основе проведенного анализа. Владеет методиками анализа медиарынков, навыками стратегического планирования и работы с данными, чтобы эффективно прогнозировать и адаптировать медиастратегии к изменяющимся условиям.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 час.), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Всего часов	Форма обучения			
			очная		очно-заочная	заочная
			1 семестр (часы)	2 семестр (часы)	X семестр (часы)	X курс (часы)
Контактная работа, в том числе:		52,6	36,3	16,3		
Аудиторные занятия (всего):		52	36	16		
занятия лекционного типа		12	12			
лабораторные занятия						
практические занятия		40	24	16		
семинарские занятия						
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,6	0,3	0,3		
Самостоятельная работа, в том числе:		128	72	56		
Подготовка к текущему контролю						
Курсовые работы						
Контроль:		71,4	35,7	35,7		
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	252	144	108		
	в том числе контактная работа	52,6	36,3	16,3		
	зач. ед	7	4	3		

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1-2 семестрах (очная форма обучения) 1 семестр:

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Массовая коммуникация: понятие, инструменты и функции	18	2	4	-	12
2.	Теории массовой коммуникации	18	2	4	-	12
3.	Теории социальных медиа	18	2	4	-	12
4.	Средства массовой коммуникации	18	2	4	-	12
5.	Коммуникационные барьеры	18	2	4	-	12
6.	Использование средств массовой коммуникации в рекламе	18	2	4	-	12
ИТОГО по разделам дисциплины		108	12	24		72
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		35,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		144				

2 семестр:

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Массовая коммуникация в современном обществе: теории, влияние и трансформации	18	-	4	-	14
2.	Современные тренды и вызовы медиакommunikаций: от алгоритмов к культуре потребления	18	-	4	-	14
3.	Барьеры и вызовы в современной медиакommunikации: от этики до культурных различий	18	-	4	-	14
4.	Рекламные стратегии в медиапространстве: вызовы, этика и инновации	18	-	4	-	14
ИТОГО по разделам дисциплины		72		16		56
Курсовые работы						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		35,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

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

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа (1 семестр)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Массовая коммуникация: понятие, инструменты и функции	Определение массовой коммуникации. Основные характеристики массовой коммуникации. Классификация средств массовой информации. Функции массовой коммуникации. Инструменты массовой коммуникации. Процесс массовой коммуникации. Массовая коммуникация и общество. Современные тенденции в массовой коммуникации. Проблемы и вызовы массовой коммуникации. Перспективы развития массовой коммуникации.	Конспект
2.	Теории массовой коммуникации	Исторический обзор теорий массовой коммуникации. Линейные модели массовой коммуникации. Интерактивные модели массовой коммуникации. Когнитивные теории массовой коммуникации. Социальные теории массовой коммуникации. Критические теории массовой коммуникации. Теория медиаэффектов. Теория сетевой коммуникации. Постмодернистские теории массовой коммуникации. Современные интеграционные теории массовой коммуникации.	Конспект

3.	Теории социальных медиа	Определение и классификация социальных медиа. Исторический обзор развития социальных медиа. Теории сетевого взаимодействия. Социальные сети как платформы для самовыражения. Теории влияния и лидерства мнений. Эффекты социальных медиа на общество. Критика и регуляция социальных медиа. Альтруизм и кооперация в социальных медиа. Психологические аспекты использования социальных медиа. Будущее социальных медиа: тренды и перспективы.	Конспект
4.	Средства массовой коммуникации	Определение и история средств массовой коммуникации. Классификация средств массовой коммуникации. Функции средств массовой информации. Технологии и инновации в СМК. Правовые и этические аспекты работы СМК. Взаимодействие СМК и аудиторий. Социальные медиа и их влияние на традиционные СМК. Глобализация и локализация в СМК. Будущее СМК.	Конспект
5.	Коммуникационные барьеры	Определение и классификация коммуникационных барьеров. Семантические барьеры: проблемы понимания и интерпретации. Физические барьеры: пространство, шум и технические сбои. Психологические барьеры: эмоции, установки и стереотипы. Культурные барьеры: различия в традициях и ценностях. Организационные барьеры: иерархия, бюрократия и неэффективная структура. Технологические барьеры: устаревшие системы и нехватка навыков. Информационная перегрузка: избыток данных и дефицит внимания. Невербальные барьеры: жесты, мимика и невербалика. Стратегии преодоления коммуникационных барьеров.	Конспект
6.	Использование средств массовой коммуникации в рекламе	Определение и цели рекламы в СМК. Классификация рекламных каналов. Преимущества и недостатки каждого типа СМК для рекламы. Планирование и разработка рекламной кампании. Творческий процесс в рекламе: концепция и реализация. Брендинг и имиджевые рекламные кампании. Целевая аудитория и сегментация рынка. Медиапланирование и бюджетирование. Оценка эффективности рекламных кампаний. Тренды и будущее рекламы в СМК.	Конспект

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1 семестр			
1.	Массовая коммуникация: понятие, инструменты и функции	Определение массовой коммуникации. Основные характеристики массовой коммуникации. Классификация средств массовой информации. Функции массовой коммуникации. Инструменты массовой коммуникации. Процесс массовой коммуникации. Массовая коммуникация и общество. Современные тенденции в массовой коммуникации. Проблемы и вызовы массовой коммуникации. Перспективы развития массовой коммуникации.	Опрос, реферат
2.	Теории массовой коммуникации	Исторический обзор теорий массовой коммуникации. Линейные модели массовой коммуникации. Интерактивные модели массовой коммуникации. Когнитивные теории массовой коммуникации. Социальные теории массовой коммуникации. Критические теории массовой коммуникации. Теория медиаэффектов. Теория сетевой коммуникации. Постмодернистские теории массовой коммуникации. Современные интеграционные теории массовой коммуникации.	Опрос, реферат
3.	Теории социальных медиа	Определение и классификация социальных медиа. Исторический обзор развития социальных медиа. Теории сетевого взаимодействия. Социальные сети как платформы для самовыражения. Теории влияния и лидерства мнений. Эффекты социальных медиа на общество. Критика и регуляция социальных медиа. Альтруизм и кооперация в социальных медиа. Психологические аспекты использования социальных медиа. Будущее социальных медиа: тренды и перспективы.	Опрос, реферат
4.	Средства массовой коммуникации	Определение и история средств массовой коммуникации. Классификация средств массовой коммуникации. Функции средств массовой коммуникации. Экономика средств массовой информации. Технологии и инновации в СМИ. Правовые и этические аспекты работы СМИ. Взаимодействие СМИ и аудитории. Социальные медиа и их влияние на традиционные СМИ. Глобализация и локализация в СМИ. Будущее СМИ.	Опрос, реферат
5.	Коммуникационные барьеры	Определение и классификация коммуникационных барьеров. Семантические барьеры: проблемы понимания и интерпретации. Физические барьеры: пространство, шум и технические сбои. Психологические барьеры: эмоции, установки и стереотипы. Культурные	Опрос, реферат

		барьеры: различия в традициях и ценностях. Организационные барьеры: иерархия, бюрократия и неэффективная структура. Технологические барьеры: устаревшие системы и нехватка навыков. Информационная перегрузка: избыток данных и дефицит внимания. Невербальные барьеры: жесты, мимика и невербалика. Стратегии преодоления коммуникационных барьеров.	
6.	Использование средств массовой коммуникации в рекламе	Определение и цели рекламы в СМК. Классификация рекламных каналов. Преимущества и недостатки каждого типа СМК для рекламы. Планирование и разработка рекламной кампании. Творческий процесс в рекламе: концепция и реализация. Брендинг и имиджевые рекламные кампании. Целевая аудитория и сегментация рынка. Медиапланирование и бюджетирование. Оценка эффективности рекламных кампаний. Тренды и будущее рекламы в СМК.	Опрос, реферат
2 семестр			
1.	Массовая коммуникация в современном обществе: теории, влияние и трансформации	Основные теоретические подходы к изучению массовой коммуникации. Влияние масс-медиа на формирование общественного мнения. Информационная перегрузка и селективное восприятие в эпоху цифровых медиа. Роль социальных сетей в трансформациях массовой коммуникации. Эволюция теорий массовой коммуникации: от гипотезы «волшебной пули» до концепции участия аудитории. Социальные сети как инструмент формирования общественной повестки дня.	Опрос, реферат
2.	Современные тренды и вызовы медиакommunikации: от алгоритмов к культуре потребления	Алгоритмическая модерация контента: вызовы и перспективы. Феномен инфлюенсеров: теория социального влияния в эпоху социальных медиа. Культура мемов и вирусного контента: механизмы распространения и их значение. Психологические эффекты социальных медиа: зависимость, тревога и депрессия. Влияние телевидения на массовое сознание и культуру. Радио как средство массовой коммуникации: прошлое, настоящее и будущее. Газеты и журналы в цифровую эпоху: выживание или исчезновение?	Опрос, реферат
3.	Барьеры и вызовы в современной медиакommunikации: от этики до культурных различий	Реклама в средствах массовой информации: эволюция и современные тенденции. Проблемы журналистской этики в эпоху fake news. Гендерные и возрастные различия в восприятии информации. Невербальные барьеры: невербалика и её неправильное толкование. Эмоциональные барьеры: стресс, раздражение и недоверие. Барьеры восприятия: когнитивные искажения и предубеждения. Культурные различия как источник коммуникационных	Опрос, реферат

		барьеров.	
4.	Рекламные стратегии в медиапространстве: вызовы, этика и инновации	Вирусная реклама: секреты успеха и провала. Интерактивная реклама: новые горизонты взаимодействия с аудиторией. Социальные сети как основной канал рекламы: возможности и ограничения. Реклама в печатных изданиях: сохранение актуальности в цифровую эпоху. Этические аспекты использования СМИ в рекламе: честность и ответственность.	Опрос, реферат

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.3 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	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)	1. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации : учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2025. – 200 с. – ISBN 978-5-534-06898-6. 2. Гулевич, О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2025. – 245 с. – ISBN 978-5-534-21264-8. 3. Демина Л.И., Немец Г.Н. Основы теории коммуникации: лабораторные работы / Л.И. Демина, Г.Н. Немец; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2023. – 91 с. – ISBN 978-5-8209-227-0. 4. Демина Л.И., Немец Г.Н. Основы теории коммуникации: семинарские занятия / Л.И. Демина, Г.Н. Немец; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2025.– 142с. 5. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для вузов. Москва : Юрайт, 2022. – 208 с. – ISBN 978-5-534-09757-3. 6. Корконосенко С.Г., Блохин И.Н., Васильева В.В., Гришанина А.Н., Сидоров В.А., Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учебник для вузов. Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2024. 7. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. Москва : Юрайт, 2025. – 611 с. – ISBN 978-5-534-18980-3. 8. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. – Москва : Юрайт, 2022. – 177 с. – ISBN 978-5-534-02989-5.
2	Реферат	1. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации : учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. – 2-е изд., перераб. и доп. –

		Москва : Юрайт, 2025. – 200 с. – ISBN 978-5-534-06898-6. 2. Гулевич, О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2025. – 245 с. – ISBN 978-5-534-21264-8. 3. Демина Л.И., Немец Г.Н. Основы теории коммуникации: лабораторные работы / Л.И. Демина, Г.Н. Немец; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2023. – 91 с. – ISBN 978-5-8209-227-0. 4. Демина Л.И., Немец Г.Н. Основы теории коммуникации: семинарские занятия / Л.И. Демина, Г.Н. Немец; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2025. – 142с. 5. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для вузов. Москва : Юрайт, 2022. – 208 с. – ISBN 978-5-534-09757-3. 6. Корконосенко С.Г., Блохин И.Н., Васильева В.В., Гришанина А.Н., Сидоров В.А., Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учебник для вузов. Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2024. 7. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. Москва : Юрайт, 2025. – 611 с. – ISBN 978-5-534-18980-3. 8. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. – Москва : Юрайт, 2022. – 177 с. – ISBN 978-5-534-02989-5.
--	--	---

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, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

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

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 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 презентация, реферат (с презентацией).

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.

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

4 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме практических работ, реферата (с презентацией) и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
				1 2
1	ИУК-4.1. Применяет современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает принципы работы современных цифровых технологий, включая социальные сети, мессенджеры, платформы для видеоконференций и совместной работы, а также особенности профессиональной коммуникации на иностранных языках. Умеет эффективно использовать цифровые инструменты для ведения деловой переписки, организации онлайн-встреч, создания и управления контентом, а также адаптировать свои сообщения под различные аудитории и культурные контексты. Владеет практическими навыками работы с офисными приложениями, программами для видеоконференций и управления проектами, а также свободно владеть одним или несколькими иностранными языками для уверенного общения в академической и профессиональной среде	Конспект лекций, опрос, реферат	Вопросы на экзамен 1-10
2	ИОПК-4.1 Умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории	Знает особенности потребностей общества и интересов аудитории, методы анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и медиапродукты, а также современные тенденции в медиаиндустрии. Умеет проводить исследования рынка и аудитории, анализировать данные и делать прогнозы относительно спроса на медиатексты и медиапродукты, а также разрабатывать стратегии удовлетворения потребностей аудитории. Владеет методиками сбора и обработки данных, навыками проведения фокус-групп и интервью, а также инструментами для анализа больших данных и представления результатов исследований. Знает актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем на региональном, национальном и мировом уровнях, а также понимать	Конспект лекций, опрос, реферат	Вопросы на экзамен 11-18

		политические, экономические механизмы их функционирования и соответствующие правовые и этические нормы регулирования. Умеет анализировать и прогнозировать развитие медиакоммуникационных систем, учитывая политические и экономические факторы, а также правовые и этические нормы, и разрабатывать стратегии адаптации медиаорганизаций к новым условиям. Владеет методиками анализа медиарынков, инструментами правовой и этической экспертизы, навыками стратегического планирования и работы с данными, чтобы эффективно адаптировать медиакомпанию к изменяющимся условиям и представлять результаты анализа в понятной и структурированной форме.		
3	ИОПК-5.1 Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; знает политические и экономические механизмы, правовые и этические нормы регулирования. ИОПК-5.2 Применяет профессиональные решения, анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования.	Знает политико-экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем на региональном, национальном и мировом уровнях, а также актуальные тенденции их развития. Умеет анализировать развитие медиакоммуникационных систем, учитывая политические и экономические факторы, и применять профессиональные решения на основе проведенного анализа. Владеет методиками анализа медиарынков, навыками стратегического планирования и работы с данными, чтобы эффективно прогнозировать и адаптировать медиастратегии к изменяющимся условиям.	Конспект лекций, опрос, реферат	Вопросы на экзамен 19-30

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

Примерные темы рефератов:

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством: УК-4; ОПК-4; ОПК-5

1. Основные теоретические подходы к изучению массовой коммуникации
2. Влияние масс-медиа на формирование общественного мнения
3. Информационная перегрузка и селективное восприятие в эпоху цифровых медиа
4. Роль социальных сетей в трансформациях массовой коммуникации
5. Эволюция теорий массовой коммуникации: от гипотезы «волшебной пули» до концепции участия аудитории
6. Социальные сети как инструмент формирования общественной повестки дня
7. Алгоритмическая модерация контента: вызовы и перспективы
8. Феномен инфлюенсеров: теория социального влияния в эпоху социальных медиа
9. Культура мемов и вирусного контента: механизмы распространения и их значение
10. Психологические эффекты социальных медиа: зависимость, тревога и депрессия
11. Влияние телевидения на массовое сознание и культуру
12. Радио как средство массовой коммуникации: прошлое, настоящее и будущее
13. Газеты и журналы в цифровую эпоху: выживание или исчезновение?
14. Реклама в средствах массовой информации: эволюция и современные тенденции
15. Проблемы журналистской этики в эпоху fake news
16. Гендерные и возрастные различия в восприятии информации
17. Невербальные барьеры: невербалика и её неправильное толкование
18. Эмоциональные барьеры: стресс, раздражение и недоверие
19. Барьеры восприятия: когнитивные искажения и предубеждения
20. Культурные различия как источник коммуникационных барьеров
21. Вирусная реклама: секреты успеха и провала
22. Интерактивная реклама: новые горизонты взаимодействия с аудиторией
23. Социальные сети как основной канал рекламы: возможности и ограничения
24. Реклама в печатных изданиях: сохранение актуальности в цифровую эпоху
25. Этические аспекты использования СМИ в рекламе: честность и ответственность

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством: УК-4; ОПК-4; ОПК-5

Вопросы к экзамену (1 семестр)

1. Определение массовой коммуникации.
2. Основные характеристики массовой коммуникации.
3. Классификация средств массовой информации.
4. Функции массовой коммуникации.
5. Инструменты массовой коммуникации.
6. Процесс массовой коммуникации.

7. Массовая коммуникация и общество.
8. Современные тенденции в массовой коммуникации.
9. Проблемы и вызовы массовой коммуникации.
10. Перспективы развития массовой коммуникации.
11. Исторический обзор теорий массовой коммуникации.
12. Линейные модели массовой коммуникации.
13. Интерактивные модели массовой коммуникации.
14. Когнитивные теории массовой коммуникации.
15. Социальные теории массовой коммуникации.
16. Критические теории массовой коммуникации.
17. Теория медиаэффектов.
18. Теория сетевой коммуникации.
19. Постмодернистские теории массовой коммуникации.
20. Современные интеграционные теории массовой коммуникации.
21. Определение и классификация социальных медиа.
22. Исторический обзор развития социальных медиа.
23. Теории сетевого взаимодействия.
24. Социальные сети как платформы для самовыражения.
25. Теории влияния и лидерства мнений.
26. Эффекты социальных медиа на общество.
27. Критика и регуляция социальных медиа.
28. Альтруизм и кооперация в социальных медиа.
29. Психологические аспекты использования социальных медиа.
30. Будущее социальных медиа: тренды и перспективы.

Вопросы к экзамену (2 семестр)

1. Определение и история средств массовой коммуникации.
2. Классификация средств массовой коммуникации.
3. Функции средств массовой коммуникации.
4. Экономика средств массовой информации.
5. Технологии и инновации в СМК.
6. Правовые и этические аспекты работы СМК.
7. Взаимодействие СМК и аудитории.
8. Социальные медиа и их влияние на традиционные СМК.
9. Глобализация и локализация в СМК.
10. Будущее СМК.
11. Определение и классификация коммуникационных барьеров.
12. Семантические барьеры: проблемы понимания и интерпретации.
13. Физические барьеры: пространство, шум и технические сбои.
14. Психологические барьеры: эмоции, установки и стереотипы.
15. Культурные барьеры: различия в традициях и ценностях.
16. Организационные барьеры: иерархия, бюрократия и неэффективная структура.
17. Технологические барьеры: устаревшие системы и нехватка навыков.
18. Информационная перегрузка: избыток данных и дефицит внимания.
19. Невербальные барьеры: жесты, мимика и невербалика.
20. Стратегии преодоления коммуникационных барьеров.
21. Определение и цели рекламы в СМК.
22. Классификация рекламных каналов.
23. Преимущества и недостатки каждого типа СМК для рекламы.
24. Планирование и разработка рекламной кампании.
25. Творческий процесс в рекламе: концепция и реализация.

26. Брендинг и имиджевые рекламные кампании.
27. Целевая аудитория и сегментация рынка.
28. Медиапланирование и бюджетирование.
29. Оценка эффективности рекламных кампаний.
30. Тренды и будущее рекламы в СМК.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1 Учебная литература

9. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации : учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2025. – 200 с. – ISBN 978-5-534-06898-6.
10. Гулевич, О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2025. – 245 с. – ISBN 978-5-534-21264-8.
11. Демина Л.И., Немец Г.Н. Основы теории коммуникации: лабораторные работы / Л.И. Демина, Г.Н. Немец; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2023. – 91 с. – ISBN 978-5-8209-227-0.
12. Демина Л.И., Немец Г.Н. Основы теории коммуникации: семинарские занятия / Л.И. Демина, Г.Н. Немец; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2025. – 142с.
13. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для вузов. Москва : Юрайт, 2022. – 208 с. – ISBN 978-5-534-09757-3.
14. Корконосенко С.Г., Блохин И.Н., Васильева В.В., Гришанина А.Н., Сидоров В.А., Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учебник для вузов. Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2024.
15. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. Москва : Юрайт, 2025. – 611 с. – ISBN 978-5-534-18980-3.
16. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. — Москва : Юрайт, 2022. – 177 с. – ISBN 978-5-534-02989-5.

5.2 Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3 Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО «ЭБС ЛАНЬ» Контракт № 1712/2025/2 от 29 декабря 2025 г.
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru> ООО «Директ-Медиа» Контракт № 1712/2025/1 от 29 декабря 2025 г.
3. ОП «Юрайт» <https://urait.ru/> ООО «Электронное издательство Юрайт» Лиц.договор № 1712/2025/3 от 29 декабря 2025 г.
4. ЭБС «ZNANIUM» <https://znanium.ru> ООО «ЗНАНИУМ» Лиц.договор № 1000 эбс/1712/2025/5 от 29 декабря 2025 г.

Профессиональные базы данных:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
2. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ)) <https://rusneb.ru/>
3. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с

компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
2. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
3. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
4. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
5. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>
6. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

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

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 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.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания практических занятий:

Одной из важных форм самостоятельной работы является подготовка к практическому занятию. При подготовке к практическим занятиям студент должен придерживаться следующей технологии:

1. внимательно изучить основные вопросы темы и план практического занятия, определить место темы занятия в общем содержании, ее связь с другими темами;
2. найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе;
3. после ознакомления с теоретическим материалом ответить на вопросы для самопроверки;

4. продумать свое понимание сложившейся ситуации в изучаемой сфере, пути и способы решения проблемных вопросов;
5. продумать развернутые ответы на предложенные вопросы темы, опираясь на лекционные материалы, расширяя и дополняя их данными из учебников, дополнительной литературы.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания реферата

Реферат (от лат. *referrer* — докладывать, сообщать) — 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.

Задачи студента при написании реферата заключаются в следующем:

Логично и по существу изложить вопросы плана;

Четко сформировать мысли, последовательно и ясно изложить материал, правильно использовать термины и понятия;

Показать умение применять теоретические знания на практике; Показать знание материала, рекомендованного по теме;

Использовать для экономического обоснования необходимый статистический материал.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата

Объем реферата должен быть не менее 12-18 стр. машинописного текста (аналог — компьютерный текст Times New Roman, размер шрифта 14 через полтора интервала), включая титульный лист. 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 написании и оформлении реферата следует избегать типичных ошибок, например, таких:

- поверхностное изложение основных теоретических вопросов выбранной темы, когда автор не понимает, какие проблемы в тексте являются главными, а какие второстепенными,

- в некоторых случаях проблемы, рассматриваемые в разделах, не раскрывают основных аспектов выбранной для реферата темы,

- дословное переписывание книг, статей, заимствования рефератов из интернет и т. д.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

1. Знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание

фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей.

2. 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).

3. 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).

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

5. Использование литературных источников.

6. Культура письменного изложения материала.

7. Культура оформления материалов работы.

Работа, в которой дословно переписаны текст учебника, пособия или аналогичная работа, защищенная ранее другим студентом, не оценивается, а тема заменяется на новую. Необходимо соблюдать сроки и правила оформления реферата. План работы составляется на основе программы курса. Работа должна быть подписана и датирована, страницы пронумерованы; в конце работы дается список используемой литературы.

Оценка **«зачтено»** при защите реферата ставится, если:

- работа студента написана грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения студента обоснована, в работе присутствуют ссылки на нормативно-правовые акты, примеры из практики, мнения известных учёных в данной области. Студент в работе выдвигает новые идеи и трактовки, демонстрирует способность анализировать материал.

- если работа студента написана грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения студента обоснована, в работе присутствуют ссылки на нормативно-правовые акты, примеры из практики, мнения известных учёных в данной области.

- студент выполнил задание, однако не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа.

Оценка **«не зачтено»** выставляется, если студент не выполнил задание, или выполнил его формально, ответил на заданный вопрос, при этом не ссылаясь на мнения учёных, не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, то есть в целом цель реферата не достигнута.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

	Оборудование: компьютерная техника с подключением к	
	информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду	
	образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 301,307)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский